CITÉ LIBRE

AOÛT 1956

SOMMAIRE

RADIO et TÉLÉVISION

Présentation .... Cité libre

Un défi: la télévision .... Gérard PELLETIER

Sur nos ondes .... Jean PELLERIN

Enquête auprès des diffuseurs . .

1— Radio-Canada .... Robert ELIE

2— CKAC - Montréal .... Ferdinand BIONDI

3— CHRC - Québec .... Magella ALAIN

4— Radio-Nord - Rouen .... David-A. GOURD

La Guerre des ondes .... Frank R. SCOTT

Qui veut la fin prend les moyens Réginald BOISVERT

• • •

Documents — Flèches de tout bois

Quatre fois l'an 15 50 cents le numéro

Cité libre

Rédaction: 84, rue McCULLOCH

Administration: C.P. 10, Station Delorimier
Montréal (34), Qué., Canada.

Numéro 15 AOÛT 1956

Radio et télévision

Ce numéro de CITE LIBRE ne prétend pas présenter au lecteur une analyse complète ni une synthèse définitive du phénomène que représente l'irruption, au sein de la société canadienne, de la radio, et surtout de la télévision. Une étude vraiment exhaustive du sujet dépasse nettement nos moyens. Nous doutons même que, vu la relative nouveauté du phénomène télévision, cette étude puisse être tentée aujourd'hui avec quelque chance de succès.

Il nous a pourtant semblé que nous avions pris suffisamment de recul, fait une expérience suffisante de ces média, pour tenter de fixer certaines normes de jugement, de poser certain jalons qui éclairent notre public sur l'état actuel et les perspectives d'avenir de la T.S.F. canadienne.

Pour nous guider dans nos recherches, nous avons élaboré, en équipe, le plan suivant:

1. Signification sociale de la radio et de la TV — Influence de la radio et de la télévision sur le mode de vie et la culture d'une société.

(Cet article, signé Gérard Pelletier, ne s'attache finalement qu'à la seule télévision — mais nous le croyons également valable, en moins fort, et à quelques variantes près, pour la radio.)

2. Analyse de la radio et de la TV canadiennes — Du point de vue du consommateur. Que vaut la production actuelle, quel est son contenu culturel?

3. Facteurs déterminants de la production actuelle. — Enquête auprès des directeurs de programmes: télévision, radio publique et privée — Quels sont les facteurs qui influent le plus sur le choix des programmes, et pourquoi?

4. Conclusions.

Comme on le voit, notre plan original ne prévoyait pas la discussion dans ce numéro des mérites respectifs de nos deux secteurs de diffusion, le public et le privé. Cependant, comme cette question est passée au premier plan depuis la création de la Commission Fowler, l'un de nos collaborateurs, Ferdinand Biondi, en a fait la charnière de son article, et nous avons cru bon d'inviter par la suite Frank Scott à nous exposer son opinion, que nous savions, à l'opposé de celle de Biondi, favorable au maintien intégral du régime actuel. Nous avons cru bon également d'inviter Réginald Boisvert à pousser ses conclusions jusqu'en ce domaine.

Le plan original, accompagné d'un questionnaire, avait auparavant été expédié à Radio-Canada, ainsi qu'à une cinquantaine de postes radiophoniques privés (affiliés ou non à Radio-Canada) à travers la province.

Voici quelle était la teneur du questionnaire:

ENQUETES AUPRES DES DIRECTEURS DE PROGRAMMES

Dans quelle mesure chacun des facteurs suivants influe-t-il sur le choix des programmes que vous diffusez actuellement?

a) Qualité artistique.

b) Valeur sociale et humaine.

c) Opinion publique (journaux, individus, associations, groupes officiels et privés).

d) Préférences des commanditaires.

e) "Ratings" commerciaux.

f) Aptitudes des collaborateurs (réalisateurs, auteurs, interprètes, etc.).

g) Climat actuel de notre société (opinions reçues, préjugés, tabous, etc.).

h) Considérations politiques.

i) Coût de production.

S.V.P. motiver le rang que vous accordez à chacun de ces facteurs.

Vous êtes instamment prié d'exprimer toute autre remarque susceptible d'éclairer davantage notre enquête.

A cette enquête, nous n'avons reçu que peu de réponses. Nous sommes cependant en mesure de publier celles de Radio-Canada (radio et télévision), d'un poste privé de Montréal (CKAC), d'un poste privé de Québec (CHRC), et de David-Armand Gourd, administrateur d'un groupe de postes privés de province. Comme on le voit, les quelques réponses reçues sont assez représentatives pour que nous puissions conclure au succès de notre enquête. Nous remercions vivement ces collaborateurs extérieurs de la patience, de la franchise et du courage qu'ils ont mis à nous répondre; nous devons à ces gens d'avoir rendu le présent numéro de CITE LIBRE possible.

Est-il besoin d'ajouter que les opinions exprimées dans ce numéro appartiennent en propre à leurs auteurs; sauf que le dernier article, signé par un membre de l'équipe, correspond d'une façon générale aux opinions de la revue.

CITE LIBRE

Un défi: la télévision[1]

De la télévision, il ne faudrait parler qu'en paraboles, histoire de réveiller en nous la faculté d'étonnement.

Car cette merveille technique, nous nous y sommes *habitués* avant de l'avoir *comprise.* Elle est entrée dans nos vies, elle s'est installée rapidement au plus intime de nos existences, elle fait partie de nous déjà... et que savons-nous d'elle? "M. Einstein? disait le barman. Mais je le connais parfaitement. Depuis quinze ans, chaque jour, je lui sers un bock sur le comptoir que voilà!"

La familiarité camoufle si bien l'ignorance qu'elle endort pour toujours le besoin d'apprendre, qu'elle engourdit le remords d'ignorer. En sommes-nous arrivés là dans nos rapports avec la télévision? Cela reste à voir.

x x x

Le poste CBFT, centre français d'émission, est le troisième poste du monde en importance, si l'on considère uniquement la production quantitative de spectacles télévisés en direct. Seuls Hollywood et New-York dépassent Montréal par la quantité de spectacles originaux qu'ils produisent. Inutile d'ajouter que CBFT occupe d'emblée le premier rang mondial de la production en langue française.

De toute évidence, je ne cite pas ces faits pour en tirer une satisfaction béate ni pour flatter notre vanité collective. Je voudrais au contraire faire saisir l'énormité, l'incongruité, le caractère quasi scandaleux d'une telle situation.

Car enfin, il ne faut pas nous perdre de vue, comme disent les directeurs de conscience. Et sans remonter à Champlain, revoyons un peu qui nous sommes.

---

(1) Certains passages d'une causerie prononcée à l'Hôtel Queen sur le même sujet ont été intégrés à cet article dont la plus grande partie, toutefois, est inédite.

Nous sommes des gens qui, en 1940, n'avaient pas encore publié trois romans convenables. Nous sommes un groupe dont la presse (sauf exceptions) se signale par l'insignifiance réfléchie de ses pages de rédaction. Nous sommes une minorité effrayée de ses propres problèmes de culture et qui choisit, le plus souvent, de se les cacher à soi-même. Nous sommes un peuple presque en entier voué au travail manuel; soumis à des conditions économiques, et à un système d'enseignement qui découragent, dès la septième année, 80% de ses écoliers.

Or, ce groupe qui s'appelle *nous* vit, en outre, dans l'Amérique du Nord, c'est-à-dire sur un continent neuf, au milieu d'une civilisation trépidante, au centre même d'un jaillissement continu d'inventions techniques et de progrès matériels inouis. Mais cette Amérique, dont nous sommes, crée dans l'analyse, sans trop réfléchir aux synthèses. Elle produit... et laisse à d'autres le soin d'assimiler, d'apprivoiser ce qu'elle invente. Elle fait une guerre et la gagne. Mais quand vient l'heure d'aménager sa victoire, il faut la vieille sagesse européenne pour empêcher qu'elle ne la gâche. Elle invente l'avion moderne, mais ses machines parfaites attendent un écrivain français pour servir à des explorations autres que géographiques. Sans l'apport de la réflexion qui se poursuit aux pays d'ancienne culture, elle dépasserait à peine le niveau mécanique et ses inventions resteraient indéfiniment les monstres qu'elles sont à leur naissance.

Or la télévision, cette révolution profonde, ce phénomène que les moins pétulants de nos sociologues comparent sans rire à l'invention de l'imprimerie, nous voici aux prises avec elle avant que les cultures européennes (exception faite de l'Angleterre) n'en aient subi le choc.

Sans doute existe-t-il en Europe des écrans domestiques et des postes émetteurs. Mais c'est le nombre, en télévision, qui crée le phénomène social, culturel. Trois cent mille récepteurs dans un pays comme la France ne constituent pas une expérience valable de la télévision, pas plus qu'au moyen-âge les manuscrits, par milliers, entassés dans les monastères ne se pouvaient comparer avec l'expérience de l'imprimerie. Pis encore, ce retard ne semble pas seulement momentané ou accidentel; on doit craindre au contraire que le coût prohibitif de la télévision, émission et réception, ne retarde longtemps encore l'invasion massive de cet art industriel dans une Europe dont l'économie reste chancelante.

Tout semble indiquer que pour une période encore longue, l'Amérique poursuivra seule son dialogue avec l'image télévisée. Les penseurs européens, tellement plus vigilants que nous en mille autres domaines, ne peuvent entreprendre de penser la télévision parce qu'ils ne la vivent pas. Si l'on en croit un pédagogue, Dumazedier, les intellectuels français auraient même tendance à refuser la télévision: "...il n'y a réellement, écrivait cet éducateur, qu'une catégorie qui résiste toujours (à la télévision) c'est le dernier carré hostile, ce sont les intellectuels..." (1)

Si cette conjoncture nous paraît redoutable à l'échelon américain, que dire du défi que la télévision constitue pour la culture du Canada français?

Du jour au lendemain, par l'initiative de l'Etat (et de la Société Radio-Canada) on nous met sur les bras un équipement moderne et des millions sonnants. En l'espace de quatre ans, 600,000 appareils prennent place en autant de foyers. (2) Plus d'un million de personnes braquent les yeux sur les écrans et l'on dit aux écrivains, aux artistes, aux intellectuels, aux éducateurs, au hommes de science ou de politique: "Parlez, bougez, car on vous écoute et on vous regarde."

Cet impératif est sans précédent. En trois siècles d'histoire, c'est la première fois que résonnent ici ces deux mots, prononcés sur un ton d'urgence: "Exprimez-vous".

Mais je n'ai pas l'intention de limiter mes remarques aux frontières du Canada français. Que le problème soit chez nous plus aigu, à cause de la modicité de nos ressources culturelles, cela me semble évident. Avant toutefois de poser un défi à la culture de notre groupe, la télévision en pose un à la culture tout court. C'est celui-là qu'il faut d'abord envisager. C'est celui-là qu'il faut relever. Nos problèmes particuliers ne nous dispensent pas de contribuer à la solution du problème total. Si faible soit-elle, nous sommes obligés de faire notre part. Et d'ouvrir, sur un problème universel, le compas de nos préoccupations nous aidera ensuite à voir nos difficultés locales dans une perspective plus juste.

---

(1) Bulletin de la Société française de Pédagogie, septembre 1955.

(2) Les statistiques les plus récentes établissent que pour le Canada, sur 3,912,000 foyers, 1,850,000 sont dotés d'appareils; pour le Québec, 601,000 appareils existent pour un total de 1,029,000 foyers.

Un défi à la culture.

D'abord au plan de l'oeuvre à faire, des moyens à maîtriser. Nul n'ignore que l'appareil technique de la télévision est extrêmement complexe, non seulement pour le technologue qui le construit mais tout aussi bien pour l'artiste qui l'utilise. Fernand Cadieux, dans un trop bref article de la revue *Images*, a fort bien montré cet aspect du problème. Après avoir décrit l'artiste-artisan (peintre, sculpteur, écrivain) qui "exerce seul un contrôle immédiat sur ses moyens d'expression", il poursuit: "L'artiste qui travaille dans le régime des arts industriels est dans une situation fort différente. Pour l'instant, il est très dépendant d'échéances sur lesquelles il a, en réalité, assez peu de prise. Son temps est organisé de l'extérieur par de nombreuses échéances. Le matériel initial est multiple, il peut comporter aussi bien l'agencement de costumes, le jeu d'un acteur, l'éclairage photographique ou la reproduction d'une époque. La manipulation créatrice suppose la capacité de faire presque instantanément un lien entre tous les éléments, qui vont de l'ombre sur un visage à l'utilisation intelligente d'un costume. Les conditions matérielles d'exécution supposent des capacités administratives, la capacité de commander des hommes, de faire concourir un très grand nombre de techniques et de volontés vers une oeuvre dont l'artiste porte l'image en lui."

Cette catégorie des arts industriels, telle que décrite par Cadieux, englobe tout aussi bien le théâtre que le cinéma ou la radio. Il faudrait montrer ici que la télévision possède au plus haut degré ce caractère industriel par l'importance des capitaux qu'elle engage (le moindre poste coûte des millions, la moindre émission des milliers de dollars) et par la production continue de spectacles en quantités que, n'était la peur du pléonasme, on qualifierait d'industrielles...

On pouvait concevoir un petit poste de radio, une modeste compagnie de cinéma. Avec la télévision, nous sommes dès le départ au niveau du grand capital ou de l'intervention gouvernementale. Le réalisateur est un gérant dont la moindre initiative engage des sommes importantes, dont la moindre émission réunit des auditoires monstres. Ce n'est pas assez dire que le téléspectateur est légion. Cinq cent mille spectateurs pour un spectacle télévisé n'est pas un chiffre exceptionnel, même en notre pays peu peuplé. Et l'auditoire des grandes émissions américaines, d'après les meilleurs cotes dont nous disposions, s'établit autour de vingt-cinq millions.

A de pareilles dimensions, il n'est pas étonnant que corresponde une puissance de rayonnement et de persuasion sans précédent ni équivalent dans le monde des communications.

N'hésitons pas à reconnaître que la télévision provoque, dans toutes les sociétés qu'elle envahit, une véritable redistribution des pouvoirs. Redistribution entre les moyens eux-mêmes de communication. Interrogez celui que préoccupe l'idée de persuader ses semblables. Exception faite du livre qui communique la pensée d'une façon très particulière, à cause de l'effort qu'il obtient du lecteur, demandez-lui de choisir par exemple entre la prédication directe, le journal, la radio et l'écran lumineux. Le même néophyte qui prenait d'assaut, jadis, les salles de rédaction ou les couloirs des postes radiophoniques, ce sont les administrateurs de la TV qui reçoivent aujourd'hui sa visite.

Or ce prestique du moyen dérange aussi bien l'équilibre des pouvoirs personnels. Le directeur d'un journal, sans parler du notable d'autrefois ni même du prédicateur à succès, peut-il aujourd'hui comparer son influence, du moins en étendue, sinon en profondeur, avec celle du scripteur de télévision?

Un nouveau pouvoir vient de naître, exercé par des centaines de commentateurs, de comédiens, d'écrivains, de décorateurs, d'administrateurs. Et ce pouvoir est d'autant plus grand que l'influence en est plus subtile. Ce n'est pas en effet la tentative explicite de persuasion (soit la prédication directe télévisée) qui produit les plus grands résultats. C'est le travail du réalisateur, de celui qui combine l'action de plusieurs moyens, dont la plupart nous échappent, en vue d'établir une atmosphère.

Or par le nombre même, les fonctions nouvelles créées par la TV dépassent presque toutes les autres du même ordre. La télévision possède le plus formidable appétit sur terre et dévore de tout: textes, partitions musicales, films, romans, essais, débats, photographies, décors, sculptures, spécialistes de toutes espèces, reporters, techniciens de toutes les disciplines, depuis les plus anciennes comme la menuiserie jusqu'aux plus récentes comme l'électronique. Avec le personnel, occasionnel ou permanent, du seul poste CBFT, on produirait sans peine tous les quotidiens de Montréal; on nourrirait aisément tous les postes de radio; et il resterait des énergies pour plus d'une autre activité. Or CBFT ne diffuse que six heures par jour et nous ne sommes qu'aux tout débuts de la télévision.

D'après Fernand Cadieux encore:

"Le temps vient où ce secteur de la communication humaine demandera, à un autre niveau, la présence de philosophes. (. . .) A côté de philosophes réfléchissant à l'objet purement

philosophique, les arts industriels demandent des philosophes d'un type nouveau qui conçoivent les arts industriels dans un rapport exact avec la société. La sélection d'un programme de films (ou d'émissions télévisées) n'est pas une opération commerciale; c'est une question qui relève d'abord d'une philosophie de la culture qu'on impose au peuple."

x x x

Quittons maintenant la camera pour rejoindre, devant l'écran, le consommateur des émissions télévisées.

Nous le savons tous: si la télévision révolutionne la production des images par ses techniques propres, c'est encore la consommation et le consommateur qu'elle modifie davantage. Il faudrait comprendre comment elle opère ces transformations.

D'abord, quelques lieux communs nécessaires.

Le cinéma utilisait déjà l'image mouvante. Mais il fallait que la montagne-publique se déplaçât vers ce nouveau Mahomet. Et même une fois installé dans la salle obscure, le spectateur savait qu'il était entré dans le rêve, un rêve figé sur pellicule, un rêve en conserve. La télévision, elle, pénètre chez le spectateur qui n'a plus à se déplacer, et lui offre un spectacle actuel, c'est-à-dire vécu ou du moins mimé à la même seconde où il est montré.

De son côté, la radio pénétrait déjà chez l'auditeur. Mais elle n'intéressait que l'oreille, une oreille que du reste les yeux réussissaient sans cesse à distraire. Devant son écran, au contraire, le spectateur est captif, prisonnier de son foyer, de son fauteuil, de l'image qu'on lui offre. Et comme tout captif, il est désarmé, passif, livré sans défense à ceux qui ont capté son attention. Mais comme un prisonnier aussi, il est recueilli, disponible, tout entier tourné vers ces images qu'on lui présente, seule fenêtre de son cachot.

C'est pourquoi la télévision constitue, sans aucun doute, selon les programmes présentés, ou bien la plus grande entreprise d'abêtissement collectif ou bien "La chance suprême d'une culture populaire". Car il dépend de ce philosophe, dont parle Fernand Cadieux, ou bien d'entraîner cette masse humaine sur les chemins de l'évasion, de l'infantilisme ou même, en supposant le pire, du conditionnement de la pensée et de la dictature spirituelle, ou bien de leur donner en spectacle leur propre condition humaine, de les amener à réfléchir sur eux-mêmes, sur leur sort présent et leur destinée future, aussi bien collective qu'individuelle. Qu'est-ce qu'un homme cultivé sinon un homme qui se connaît? Qu'est-ce que la vie intérieure sinon ce dialogue avec soi-même, auquel vient se greffer, dans la perspective chrétienne, le dialogue avec Dieu?

Tel est donc l'enjeu grandiose qui se trouve impliqué dans cette révolution par l'image. Et je veux souligner qu'il ne s'agit pas là d'une simple possibilité: l'une ou l'autre de ces deux évolutions se produira nécessairement, à moins qu'une fois de plus, la médiocrité triomphant, nous n'aboutissions en fin de compte (j'emprunte ces mots à Bernanos) "à l'homme qui connaît tout et qui ne comprend rien, ce qui est la définition même de l'imbécile". Quand on a libéré dans une société une force comme la télévision, l'évolution est déjà en marche.

Certains résultats inévitables commencent de se produire. Des frontières traditionnelles, par exemple, à peine entamées encore par l'imprimé ou la radio, se trouvent abolies en quelques années. Car la télévision n'exige du public aucune préparation; elle est intelligible à tous, dès le premier instant. Elle ne requiert ni le pouvoir de concentration, d'attention, que réclamait la radio, ni la culture initiale indispensable à toute lecture. L'image est là. Et des milliers d'yeux s'en nourrissent. Marivaux est joué dans les cuisines des maisons de fermes et des logis ouvriers. Le témoignage de la misère peut pénétrer jusqu'au coeur du château le plus bourgeois.

Le foyer n'est plus le foyer puisque des centaines d'étrangers à la famille y font irruption chaque semaine. La campagne n'est plus la campagne depuis que l'écran domestique a rompu l'isolement des villageois pour inclure les populations rurales dans le mouvement des curiosités, des opinions et des préoccupations communes. Le Québec est-il encore le Québec quand il est loisible à chacun, sans même franchir sa porte, de communier au même spectacle que le citoyen d'Ottawa ou de Toronto? Le Canada n'est plus le Canada lorsqu'un village de Beauce, muni d'une antenne communale, se trouve relié à neuf postes de télévision dont sept situés en territoire américain.

x x x

Nous avons écrit au début de ces notes: *défi* à la culture.

Or défi veut dire menace, danger. Qui ne l'aperçoit, ce danger? Par ses exigences, la télévision risque d'exténuer le pouvoir créateur des écrivains qu'elle s'attache, d'épuiser la source d'invention dans le milieu humain qui la nourrit. Par son rythme effréné, ne menace-t-elle pas la réflexion elle-même? Et sur un autre plan, à qui appartiendra demain le pouvoir de régler les images, de déterminer le contenu des émissions? Que vaut, dès maintenant, ce contenu?

Mais défi veut dire aussi qu'une porte demeure ouverte sur un horizon libre. A condition d'inventer à mesure les formules, nous pouvons dominer par la réflexion ce moyen d'expression. Et que de choses, alors, deviennent possibles! La culture populaire, jusqu'ici entreprise de fourmis patientes et rêve de songe-creux, devient tout-à-coup un projet immédiatement réalisable.

A condition que les hommes de culture descendent de leur tour d'ivoire, non certes pour jouir de la télévision en badauds, mais pour entreprendre un effort de pensée, entreprise à long terme. Après cinq siècles, l'imprimerie pose encore des problèmes. La vigile auprès de la télévision durera elle aussi des siècles. Il faut donc que l'esprit humain s'y installe déjà et comme en permanence.

Gérard PELLETIER

Sur nos ondes

De tous les phénomènes ayant marqué notre singulier XXe siècle, le plus fulgurant est, sans conteste, l'avènement de ces nouveaux et formidables moyens d'expression dont dispose désormais l'homme et qu'on appelle le cinéma, la radio et la télévision. La faculté quasi magique qu'on a désormais de *mettre en ondes* ou *en bobines* la voix humaine et la lumière, équivaut en importance — à moins qu'elle ne la dépasse — l'invention de l'imprimerie par Gutenberg au XVe siècle. Aux échanges humains à la première dimension — c'est-à-dire, par l'écrit, la gravure ou le signe — succèdent les communications à la deuxième, à la troisième et même à la quatrième dimension — c'est-à-dire, par le son, la couleur, le relief, et bientôt peut-être, l'odeur et le toucher...

Ces nouveaux moyens d'expression désaxent fatalement les traditions intellectuelles de notre époque en abolissant les distances pour tirer les peuples de sous la cloche de verre des frontières et les plonger dans l'humain cosmique, l'humain effrayant et grandiose. Les nouvelles armes tombent entre les mains d'une civilisation issue d'un âge révolu, une civilisation rompue aux secrets de la plume et du pinceau, et réduite, d'un seul coup, à s'initier à ceux du micro et de la caméra. D'où les mouvements d'humeur et même la frayeur — simulée ou réelle — d'un grand nombre. Les uns ont des accents d'apocalypse pour dénoncer une invention réputée diabolique; d'autres ont des moues en cautèle pour confondre les arts soi-disant nouveaux.

Mais il n'y a pas lieu ici de s'alarmer. La civilisation en a vu bien d'autres, elle qui a su s'assimiler la Renaissance, la Réforme, la Révolution française tout comme les sucs capiteux de la pensée et de l'art gréco-romain. Elle finira bien par digérer le cinéma, la radio et la télévision.

UN PETIT TOUR D'HORIZON

La radiophonie et la vidéo — comme le cinéma — restent encore, en quelque sorte (et ce, malgré des conquêtes décisives et des réussites probantes) les prolétaires de l'art. D'où leur vient pareille réputation? Sans doute du fait que de misérables considérations d'ordre démographique, technique et financier en-

trent en ligne de compte dans leurs préoccupations de tous les instants. Pour faire de la radio et de la télévision, il faut des patrons, un équipement coûteux, un personnel nombreux, un public et beaucoup d'idées, si bien que, pour emprunter un mot que Malraux applique au cinéma, il faut bien se rendre à l'évidence que *par ailleurs la radio et la télévision sont des industries.*

a) Les patrons.

Ces industries vivent de revenus et de subventions respectivement obtenus des commanditaires et de l'Etat. Ces bailleurs de fonds — de même que les propriétaires des postes privés — sont, par conséquent, les patrons du grand commerce des ondes; cela, tout en étant parfaitement légitime, peut parfois comporter des inconvénients graves car, s'il existe des patrons intelligents, on en rencontre aussi des obtus, des incultes, des avares ou des suffisants. Aussi, il n'est pas nécessaire d'être bien fort pour affirmer que tant vaut le patron, tant vaut l'industrie. Si, par exemple, l'Etat devenait excessivement réticent en face de toute initiative à la radio et à la télévision, il aurait tôt fait de paralyser tout progrès; de même, on pourrait imputer à certains commanditaires de province la responsabilité d'avoir réduit au rôle de remplissage sonore certains postes privés où l'on n'entend guère que de la harangue de foire. Mais ce n'est pas ici le moment d'être méchant car nous sommes dans un domaine où les patrons riches et libres sont nécessaires. Au demeurant, l'urgent n'est pas tant de gourmander gratuitement les patrons que de les aider à bien comprendre la mission essentielle d'un art nouveau duquel ils sont, qu'on le veuille ou non, premiers responsables.

b) Le personnel.

Si le patron est, en quelque sorte, l'ossature de l'industrie T.S.F., l'artisan (scripteur, réalisateur, interprète, speaker, technicien) en est l'âme, celui de qui dépendent l'influence et la qualité. Responsabilité d'autant plus lourde que le téméraire qui l'assume ne dispose d'aucune faculté, universitaire ou autre, qui l'y prépare. A tout hasard, il s'engage dans une voie dont il ignore les méandres. Il est vrai qu'on ne lui crée pas trop d'embarras au départ. En effet, est-il croyable que, là où il faudrait une vaste culture et une solide formation, on n'exige pour certains emplois qu'une belle apparence et une certaine diction: maigres apparats de surface ne garantissant, évidemment, aucune compé-

tence. Sans doute, dans le domaine de l'art comme ailleurs, on rencontre des gens exceptionnellement doués, dépourvus de parchemins, et dont la compétence reconnue provient de leurs seuls talents et de je ne sais quel sens inné de l'adaptation. Ces êtres d'élite constituent l'exception qui confirme cruellement la règle selon laquelle, à cause de la déplorable inexistence de chaires universitaires expressément adaptées aux carrières offertes désormais au cinéma, à la radio et à la télévision, l'industrie doive encore s'en remettre au hasard dans le choix de ses serviteurs. Conséquence: autour de quelques grandes vedette gravitent, forcément, des tas d'impuissants. J'énumère: 1) les incultes, dépourvus du sens des proportions; 2) les sectaires, prosélytes des préjugés courants; 3) les rustres, rhapsodes de la niaiserie; 4) les pédants, mollusques constipés de snobisme; 5) les rapaces, siphons de la piastres; 6) les coulissiers, parasites vénéneux; 7) les petits-nègres, ineffables irresponsables; 8) les nécessaires, compilateurs de *rating lists;* 9) les dadas, idoles de leur ramage et de leur plumage; 10) les gigolos, détrousseurs de jupons et maîtres-chanteurs... Couvrons pudiquement le reste du manteau de Noé.

Certes, il faut de tout pour faire un monde et — soyons juste — de cette pagaille on obtient peut-être du médiocre mais on réussit souvent à faire du meilleur. Le ciel en soit loué. Il n'en reste pas moins que l'existence d'une telle faune entrave sensiblement l'essor de la radio et de la télévision.

c) Le public.

Composé d'une minorité de gens en place et de jeunes intellectuels d'une part, d'une majorité de petites gens plus ou moins évolués d'autre part, notre public ressemble à tous les autres et reste, dans sa presque totalité, à peu près passif en face du phénomène radio d'autant plus qu'il traverse, actuellement, la crise de ferveur pour la télévision — crise bénigne en somme et qui passera plus vite qu'on pense. D'ici quelques années, la télévision connaîtra le sort de la radio, en ce sens qu'elle devra se contenter d'une majorité de spectateurs passifs d'un côté, et de l'inévitable minorité de spectateurs et d'auditeurs actifs de l'autre, minorité s'échelonnant en une gamme pittoresque. On a les fanatiques, habitués du même poste; les mordus de la mécanique, plus passionnés d'appareils que de programmes; les galvaudeurs d'ondes courtes; les raseurs en mal de protestations; les commères, enragées de concours; les coeurs en détresse, tout pantelants aux giuchets des courriers confidences; l'éternelle Bo-

vary, prêtresse des vedettes et grande chasseuse d'autographes; les dissipés toujours friands de pitreries; les pratiques, les mélomanes, les studieux, etc. Bref, notre public n'a rien de particulier et, soit dit en passant, on parvient à le satisfaire grâce à un agencement d'horaire conçu d'après les données de l'expérience et selon des critères internationaux à peu près invariables: le menu peuple le matin, la femme et les particularités l'après-midi, le grand public le soir.

Affaire de mieux faire voir encore la complexité du problème de la radio et de la télévision dans le Québec, il importe de souligner en passant un phénomène démographique assez embêtant. Le public canadien-français ne s'agglomère qu'à Montréal et à Québec, se dispersant en îlots plus ou moins denses sur le reste d'un territoire très vaste. Pareille situation complique énormément l'organisation matérielle, rétrécit le champ des communications et de la publicité tout en favorisant une concurence qui, pour être vaine, n'en est pas moins débilitante. Nos postes de radio et de télévision — tout comme d'ailleurs nos journaux, revues, entreprises artistiques ou littéraires — sont aux prises avec un cuisant problème de débouchés pour l'excellente raison que nous ne sommes que quelques millions. Ça ne suffit pas. Comme dit l'autre: "on manque de monde, on est trop petit." Les grandes firmes ne croient pas nécessaire de consentir des déboursés peu rentables au bénéfice d'une minorité qu'on dit bilingue dans une proportion de quelque 40%. Il y a là un problème grave dont il faut tenir compte, surtout quand l'envie nous prend d'aller réclamer la lune aux pauvres responsables de notre télévision...

d) Les émissions.

1) Considérations générales.

J'en arrive, à toutes fins pratiques, au point central de mon propos puisque ma fonction ici est de porter un jugement personnel sur l'industrie des ondes, en général, et sur la programmation en particulier. Je ne me place ni sur le plan de l'expert ni sur celui du critique. Je ne suis rien d'autre qu'un observateur qui se veut sans parti pris et qui donne, de mémoire et sans apprêt, son opinion sur les diverses émissions qu'il a pu voir ou entendre au hasard.

Si on me demandait, à brûle pourpoint, d'énumérer quelques-unes des émissions que j'ai entendues et que je considère comme les plus valables au point de vue radiophonique, je vanterais deux ou trois quarts d'heure de la série intitulée, *Naissance du poème* pour le caractère d'intimité qu'on assure à cette émission. J'aurais des éloges pour le programme *le ciel par-dessus les toits,* une réalisation haute en couleur, équilibrée, et d'une gran-

de perfection formelle. J'aurais peut-être des cris d'admiration pour des expériences comme *Carte blanche, Nature du sol.. visage de l'homme,* et quelques extraits de la *Revue de l'actualité,* autant d'efforts marqués au coin de l'audace et dignes des plus belles réussites de la radiophonie d'avant-garde. Mon enthousiasme s'arrêterait là et je serais certainement injuste pour d'autres réalisations remarquables que je connais mal ou que j'ignore...

Mais, je me garderai bien d'aller me hasarder sur le terrain glissant des aproximations; et puisque j'en suis au chapitre des *considérations générales,* je me limiterai, pour le moment, aux quelques réflexions décousues qui me viennent à l'esprit.

Je trouve qu'on parle trop à la radio ou, plutôt, on y bavarde à l'excès, surtout certains soirs et, en particulier, le dimanche soir. On assiste, parfois, à une véritable parade de harangueurs énervants et de conférenciers insipides qui ont sérieusement l'heur de nous exaspérer. Je me demande s'il n'y aurait pas lieu d'interdire tout bavardage sur les ondes à compter de neuf heures du soir.

L'exaspération à la télévision est d'une autre nature. On perd énormément de temps à guetter les transitions, les annonces, les génériques, les babioles dans l'attente de *la* pièce de résistance qui, certains soirs ne vient pas. On a l'impression d'être resté là tout simplement pour attendre l'image finale qui nous annonce la fin des émissions. On va se coucher avec l'impression désagréable d'avoir perdu son temps. A mon avis, la programmation télévisique devrait obéir à un rythme beaucoup plus lent. La succession d'émissions d'un quart d'heure et d'une demi-heure cause une désagréable sensation de saccade, impression qui se dissipe dès qu'on projette un film ou une production plus étoffée.

Autre remarque pour la radio. Je trouve excessivement disgracieuse la manie qu'ont plusieurs speakers des postes privés de se comporter comme des commissaires-priseurs. Ils ont la hantise du sensationnel et, qu'il s'agisse d'une catastrophe ou de la poudre à mites, ils vous ont toujours des accents du jugement dernier. On croit qu'ils vont accoucher d'une montagne mais il ne s'agit toujours que d'une souris. Le style *soldat de Marathon* tape sur les nerfs à la foire comme sur les ondes. Il s'inspire d'une certaine forme de jaunisme primitif et ridicule.

Les postes privés — puisqu'on en parle — se font forts de justifier le principe de la libre entreprise et s'honorent, à juste titre des nombreux services qu'ils rendent. J'aimerais les voir plus prompts à démontrer, par des oeuvres, les fruits bienfaisants des principes qu'ils soutiennent. Ils me semblent excessivement lents à démarrer.

Une remarque, à propos, cette fois, des transcriptions de musique de danse. La plupart de ces transcriptions, dit-on, viennent des Etats-Unis et l'on s'étonne de ce qu'on ne puisse en obtenir d'ailleurs. Sans doute, la radio d'Etat a presque totalement éliminé ces transcriptions et plusieurs postes privés sont maintenant pourvus d'une riche discothèque. Mais il reste qu'on peut se demander s'il n'y aurait pas lieu de diversifier davantage les sélections de musique populaire, faisant plus large la part de la chansonnette française, à la musique sud-américaine etc., non dans un esprit anti-américain mais dans le but d'apporter un peu de couleur dans un domaine où l'on abuse souvent de la grisaille et de la redite.

2) La politique.

La radio ne se prête pas à tous les genres et, s'il est un domaine où son efficacité me parait particulièrement douteuse, c'est bien celui de la politique. On a beau en appeler au civisme, on a beau insister sur l'importance de certaines questions discutées, la politique se porte mal sur les ondes. Loin de moi, cependant, l'intention d'en vouloir faire supprimer toutes les rubriques, mais j'affirme que la formule des causeries et, à plus forte raison, celle des harangues partisanes, est dépassée et répugne à des oreilles évoluées. Je me demande si, par simple pudeur, on ne devrait pas interdire à tout jamais le micro aux valets pour s'en tenir aux seules déclarations officielles des chefs d'Etat. Pour ce qui est des grands problèmes, pourquoi n'en pas laisser l'étude à des journalistes compétents qui, de concert avec un bon réalisateur, verraient à s'acquitter de leur tâche selon des formules radiophoniques plus souples. Incidemment, le poste des Nations Unies expérimente, depuis quelque temps, de nouvelles méthodes visant à initier le grand public à des questions complexes. Nos partis politiques désireux de soigner leur propagande seraient sages de s'inspirer de ces nouvelles méthodes.

3) Les sports.

N'étant pas un mordu du sport, je me considère comme mal choisi pour en juger. Come tout le monde, évidemment, je m'intéresse particulièrement aux éliminatoires du hockey tout en ne m'expliquant pas très bien cette sorte de culte qu'on rend, un peu partout, aux athlètes. Il y a surenchère dans ce domaine et je me demande vraiment si toutes les chinoiseries des rubriques sportives intéressent tellement les gens... Encore une fois, je ne suis qu'un profane. Passons.

4) La religion.

La religion a sa place sur les ondes et il faut savoir gré aux postes d'Etat et aux nombreux postes privés pour la largeur de vue dont ils font preuve en collaborant, comme ils le font, avec la hiérarchie, pour faciliter la diffusion, sur les ondes, des offices religieux. Innombrables sont les sanctuaires, centres de pèlerinage et communautés religieuses titulaires d'un quart d'heure et souvent même d'une demi-heure d'émission hebdomadaire, voire quotidienne. Malheureusement, un trop grand nombre de ces émissions n'ont aucune valeur sur le plan radiophonique, le sort voulant qu'on ne fasse pas nécessairement de la radio et de la télévision avec de bonnes intentions.

Est-il, par exemple, d'émission plus morne que celle intitulée *Notre pensée aux malades?* Bien sûr, le bon Père qui s'en charge me semble animé d'un grand zèle, mais sa voix répugne au micro et s'apparente d'ailleurs à celle de trop d'orateurs sacrés de notre Province. L'indigence de la voix se fait particulièrement sentir sur les ondes. Passe en chaire et à la télévision où la prestance, le geste, la mimique rachètent bien des choses. Mais à la radio, la voix est souverainement nue. Si elle est mal placée, si elle manque de carrure, elle produit un effet pitoyable et rate son but. On devrait s'entendre pour faire un choix plus minutieux des ecclésiastiques responsables d'émissions religieuses.

Je ne goûte guère les causeries du Père Desmarais bien que je reconnaisse le charme et l'esprit du populaire dominicain. Je me demande si la formule qu'il exploite n'est pas la cause de mon malaise. Je préférerais un texte plus dense, plus concis, débité sur le ton de la confidence. En principe, les émissions transmises directement d'une salle publique peuvent avoir

un certain attrait à la télévision mais détonnent presque toujours à la radio. L'auditeur a l'impression d'être dans le vestibule. Je crois qu'une conférence publique est une chose et que la causerie radiophonique en est une autre. On ne peut pas concilier les deux. Dès qu'on sent que le causeur ne s'adresse plus exclusivement à l'auditeur, le charme est rompu; la radio est trahie.

Par contre, je trouve très heureuse l'idée de radioffuser de temps à autres les sermons d'orateurs illustres. Ceux des Pères Bergoniou et Perret me parurent des perles en tous points dignes de la publicité qu'on leur a faite.

Je trouve également louable l'effort du père Emile Legault à la télévision. Faut dire que le dynamique directeur de l'Oratoire est devenu, par la force des choses, un maître du métier et l'on ne s'étonne guère de la belle tenue de son programme *Eaux vives.*

5) Les quiz.

Un mot à propos d'une formule radiophonique qui a la vie dure. Je n'aime pas les programmes-questionnaires, encore moins les programmes-concours. Ceux-ci sont immoraux en ce sens qu'ils éveillent, chez certaines classes, des instincts de spéculation; ceux-là sont tout bonnement pédants en ce sens qu'ils semblent conçus uniquement pour mettre en relief l'animateur, lequel n'a qu'à poser des colles pour "voler le show" comme on dit, à tout coup. *Match inter-cité* est un programme de cette farine et l'on se demande par quel caprice du "rating" il réussit à garder l'affiche si longtemps. Pour ce qui est du questionnaire de *l'opéra du samedi,* je me considère indulgent en affirmant que c'est le plus imbécile des *quiz* tolérés à Radio-Canada.

6) La musique.

Les programmes de musique sont bien partagés en général. Si j'avais une palme à décerner, elle irait certainement à Roland Leduc pour ses *petites symphonies.* Le travail de Leduc honore la radiophonie canadienne. J'en dirais autant et même davantage d'Omer Gratton. Hélas, je déplore qu'on ne mette pas plus à profit l'immense talent de ce trop modeste initiateur. Je tire mon chapeau au *Trio Lyrique;* j'accorde une mention à Romain-Octave Pelletier de même qu'à quelques réalisateurs de variétés musicales dont les noms m'échappent. Je salue en passant *Claves & Marakas:* une émission agréable et bien balancée.

Les retransmissions de l'orchestre symphonique de la N.B.C. et de New-York sont toujours soignées. *Opéra du samedi* est une émission qui fait désormais figure de vieille dame très connue et vénérable malgré tout. *Nos futures étoiles* — un plagiat qu'on pardonne volontiers — n'ont pas les qualités radiophoniques qu'on souhaiterait. Le programme est bruyant et un peu lourd, le répertoire tourne en rond et fait un peu "salon de campagne"...

On fait quelque chose pour encourager la musique canadienne, c'est bien; si on faisait davantage ce serait mieux. Dernière remarque: on néglige trop le folklore.

7) Le théâtre.

Je ne dirai rien des romans savon. Tout le monde sait à quoi s'en tenir là-dessus. Une émission qui dure vingt ans — quelles que soient ses qualités — devient une indécence ridicule. D'ailleurs, la plupart de ces émissions ne dérangent pas ceux qui pourraient s'en offusquer, puisqu'elles sont toutes, ou à peu près, radiodiffusées dans l'avant-midi. Pourquoi priver de pauvres bonnes femmes de leur douche quotidienne d'eau de rose?

Le radio-théâtre est un luxe que ne se paient pas souvent les postes privés. C'est fâcheux pour les écrivains de province qui n'ont pas facilement accès à Radio-Canada. De plus, Radio-Canada ne semble avoir d'égards que pour le genre soi-disant d'avant-garde, ou encore le mode noir. On y cultive aussi des préjugés en faveur d'une certaine littérature canadienne, préjugés qu'heureusement des auteurs à succès parviennent à déraciner peu à peu. Les préjugés se manifestent même à *Studio 13*, un laboratoire radiophonique pourtant courageux, un laboratoire qui brasse quantité de problèmes qui ne sont pas souvent nôtres. On s'amuse à y tisser des complications psychologiques qui ont peu de choses à voir avec la rondeur et la simplicité canadiennes-françaises. Mais enfin, n'en faisons pas un drame.

Je passe sous silence les excellentes réalisations du Télé-théâtre et de Radio-Collège pour ouvrir une parenthèse où j'aurai à dire des choses agréables et désagréables.

Un bon point d'abord à marquer au crédit de notre radio et de notre télévision: à tout prendre, on favorise l'essor de notre musique et de notre littérature. On compte déjà plusieurs écrivains des ondes, des personnes connues, admirées, respectées: c'est incroyable. Jean Narrache doit en éprouver un tressaillement!

Ce n'est donc pas à Radio-Canada que je chercherai querelle, mais bien, plutôt, à quelques auteurs et, surtout, à plusieurs de nos comédiens.

Je comprends qu'un écrivain appelé à produire sur commande risque souvent d'être inégal de sorte que les textes soumis sont parfois excellents et plus souvent médiocres. Certes, il peut arriver qu'un dialogue indigent ait des rebondissements extraordinaires dans la bouche d'un grand comédien. Mais les grands comédiens sont rares. On en compte de très habiles, de très consciencieux et on en rencontre aussi de médiocres. Je m'en prends, surtout, aux médiocres — produit d'une déplorable tradition de banlieue — qui, sous prétexte de faire réaliste, ne réussissent qu'à faire vulgaire. J'ajoute que c'est là un piège dangereux dans une province où l'accent petit-nègre à l'étrange pouvoir de développer un complexe de supériorité.

Je suis de ceux qui croient qu'il existe une stylisation de la langue et de l'accent canadiens-français, de même qu'il existe, par exemple, une stylisation de l'argot parisien ou de l'accent de Marseille. Il suffit de fréquenter un peu Pagnol, Carco ou Mac-Orlan pour s'en rendre compte. Je reproche à quelques-uns de nos auteurs de ne pas assez styliser leurs dialogues, se contentant, semble-t-il, d'une plate transcription littérale du jargon des rues. Je crois qu'on peut faire canadien sans se croire tenu d'écrire *canayen*. En donnant dans un pareil travers, on prostitue l'art et, naturellement, le comédien à qui l'on confie un texte *canayen* se croit justifiable de lui prêter un accent de surcharge. Résultat: tout est dénaturé, même la réalité qu'on prétend peindre.

Qu'on n'aille pas me faire dire ce que je ne veux pas dire. Loin de moi l'intention de préconiser la littérature-propagande, le style *bon parler français*. Je veux tout simplement dire que certaines manies de nos auteurs attestent d'une fausse conception du réalisme en art. Pour illustrer ma pensée, je dirai que l'accent de plusieurs dialogues dans *le ciel par-dessus les toits* est stylisé dans le bon sens alors que celui de trop de dialogues du *Survenant* fait réaliste dans le mauvais sens. Je m'empresse d'ajouter que Germaine Guèvremont n'y est pour rien. La teinte de vulgarité *appliquée* et *systématique* qu'introduit l'accent de surcharge du comédien trahit lamentablement l'esprit de l'oeuvre. Une étude plus approfondie des textes par des comédiens qui ne tablent pas trop sur la fausse assurance que leur donne une popularité facile, produirait de meilleurs résultats. L'art n'est pas une transcription mais une transfiguration de la réalité...

8) L'information.

Que dirais-je ici qui n'ait pas été dit. Nous sommes dans un domaine où les ondes excellent d'une façon particulière. Qu'il suffise d'énumérer à tout hasard: une excellente *revue de l'actualité;* des reportages incomparables signés *Jean Sarrazin, René Lévesque, Judith Jasmin, Rolland Lelièvre,* etc.; un très soigné et très brillant *magazine des sports;* une *revue des arts et des lettres* peut-être un peu trop négative mais qu'on écoute toujours avec intérêt; des *conférences* de presse inégales mais opportunes; le très populaire programme *les idées en marche;* des bijoux comme *Ces gens qu'on dit sauvages;* le *Pays et merveilles* de Laurendeau; le *C'est la vie* de Guy Parent; les *Regards sur le Canada* réalisé en collaboration avec l'O.N.F.; le *Réveil rural;* le *magazine de la femme,* et j'en passe.

Que dire maintenant des documents incomparables qu'accumulent nos postes de radio au hasard des visites que nous rendent des personnalités d'Europe et d'Amérique. Je pense, entre autres, aux transcriptions faites lors du passage de Barrault, de Jouvet et du T.N.P. Je pense enfin aux échanges internationaux grâce auxquels on peut entendre occasionnellement la voix des grands personnages de la littérature, de la politique et de la hiérarchie ecclésiastique.

En faut-il davantage pour affirmer que la population canadienne-française n'est pas si mal servie qu'on le dit. On s'étonne même de voir que, malgré sa situation minoritaire, malgré la modestie des ressources financières, malgré les faiblesses inhérentes à toute entreprise humaine, elle bénéficie d'un système radiophonique et télévisique honnêtement articulé, système qui réussit même à se signaler à l'étranger. Au demeurant, ne suffit-il pas de voir et d'entendre un peu ce qui se fait d'ailleurs pour se rendre compte de la haute tenue et de la distinction, malgré tout, de nos émissions.

LES ONDES DE L'AVENIR

La radio et la télévision, comme le cinéma, sont des arts en travail, des arts autonomes dont les règles s'élaborent au hasard de l'expérience. Mais, pour se faire accepter, ces arts doivent se camouffler, pour ainsi dire, derrière les arts traditionnels en attendant l'avènement d'un public capable de les apprécier pour leurs valeurs spécifiques. On pille donc le théâtre, le music-hall, le café-concert pour satisfaire une clientèle friande de tout sauf de Radio, de Télévision et de Cinéma. La chose peut paraître paradoxale mais c'est ainsi et cela s'explique. On n'a pas envie d'un art qu'on ignore. Or, sur le plan de la radio, de la télévision et du cinéma, nous sommes tous, plus ou moins, des ignorants. Par la force des choses, nous ne pouvons pas apprécier la forme ou le style de ces arts. Aussi, pris au dépourvu, nous prétendons ,tout de même, en juger selon des canons forcément inadéquats. Il y a maldonne; nous nous trompons de palier. Méprise regrettable. La T.S.F. — comme le 7e art — en est réduite, par le fait même, à croître dans le maquis de l'indifférence, ne devant ses progrès qu'à l'astuce de quelques génies solitaires. Il

importe donc de meubler le maquis; c'est urgent, tant pour la radio que pour le cinéma et la télévision. Les deux premiers disposent déjà d'une syntaxe et d'archives précieuses. On aurait grand profit à initier le public aux rudiments de cette syntaxe. On a déjà des cinés-clubs, pourquoi n'aurions-nous pas des radios-clubs? On y pourrait présenter, incidemment, des classiques français, anglais et américains de la radio. Pourquoi aussi — j'y reviens — n'aurions-nous pas des chaires universitaires de radio, de télévision et de cinéma afin que cesse l'amateurisme stérile et débilitant?

Inutile de se leurer: d'ici quelques années, les arts nouveaux — comme les anciens — ne dépendront plus que d'une élite. Voilà pourquoi il importe tant de former cette élite qui devra être nombreuse.

Il est souvent question, aux Etats-Unis, de la "troisième oreille" *(the third ear)*, l'oreille cyclopéenne et mentale des auditeurs blasés. Il faudra parler, avant longtemps, du troisième oeil. D'une part, c'est la troisième oreille qui distingue une voix, une mélodie, un son parmi tous les autres; d'autre part, c'est le troisième oeil qui repère un visage, une image, une couleur, un angle dans le cosmos des souvenirs latents enfouis là, quelque part, dans la matière grise... On comprend, dès lors, l'importance de l'oreille et de l'oeil du subsconscient pour ceux dont le métier est de peupler l'univers à la fois dense et si fragile contenu dans le champ exigu d'un micro ou d'un écran de télévision. Par des moyens limités et souvent non-éprouvés, il s'agit pour eux de pousser plus avant, d'heure en heure, d'instant en instant, la téméraire tentative de capter, coûte que coûte, l'attention d'un auditeur qui n'a pas souvent le loisir et l'envie d'écouter ou de voir quelque chose. Ce n'est pas facile!

Au théâtre, au concert ou au cinéma, le problème ne se pose pas: le public s'y rend parce qu'il a envie d'un film, d'une pièce, etc. A la radio et à la télévision, point de consentement libre au départ. Le public n'est pas en état de grâce esthétique et manque d'homogénéité. Il est légion et il s'agit, par un sortilège de l'art ou de la technique, d'administrer le *coup de poing à la figure* qui opère son unanimité. La terrible gageure pour l'artisan des ondes consiste, en d'autres termes, à synchroniser, à force d'ingéniosité et de talent, les préférences d'un public disparate en tentant de lui faire dresser la troisième oreille — celle qui alerte les deux autres! N'en doutons pas, de la persévérance à soutenir cette gageure dépend la survie des arts nouveaux.

On parle beaucoup de nos jours de la concurrence soi-disant mortelle que se livrent la radio, la télévision et le cinéma. D'au-

cuns prétendent que des trois, c'est la télévision qui l'emportera. Je ne partage pas cet avis parce que les trois industries ne sont pas de même nature et répondent respectivement à un besoin spécifique.

"La radio, écrit Louis Lavelle, est pour tous et pour personne. C'est pour cela qu'elle peut avoir ce caractère impersonnel et indéterminé. Mais elle a peut-être, nécessairement, en même temps, le caractère le plus intime, le plus secret."

"L'absence d'un visage qui parle, de renchérir Gaston Bachelard, n'est pas une infériorité; c'est une supériorité; c'est précisément l'axe de l'intimité, la perspective de l'intimité qui va s'ouvrir." A cause de ce caractère particulier, la radio n'aura qu'à exploiter à fond ses virtualités propres pour souligner sa raison d'être dans un monde qui a de plus en plus besoin d'intimité.

Le cinéma, de son côté, a un caractère collectif et semble être définitivement entré dans les moeurs sociales de l'humanité. La perfection de sa technique, l'articulation souple et nuancée de son style en font un instrument d'expression unique et irremplaçable. Plusieurs génies de notre époque ont abandonné la plume pour la caméra. N'en doutons pas, la postérité leur donnera raison.

La télévision, enfin, a un caractère de synthèse à mi-chemin entre l'intimité et le collectif. L'attirail encombrant de ses appareils en fait un médium d'information moins souple, bien que l'image et, bientôt, la couleur lui assurent une supériorité incontestée. "Dans ce monde en rôdage, écrit André Vigneau, il est impossible de jouer les prophètes. Mais la télévision laisse entrevoir un retour à la maison, un retour à l'individu, une présence de la famille faisant cercle autour des mêmes idées. Elle remplacera un peu la grande cheminée, et nous pourrons ainsi tisonner sur le plan de l'esprit comme nous le faisions autrefois dans les cendres."

Mais, encore un coup, pour survivre en beauté, les nouveaux modes d'expression devront rivaliser d'effort pour être, chacun dans son domaine, exceptionnellement brillants. L'époque de l'apprentissage est révolue, finie l'ère de l'amateurisme et de l'à-peu-près. Demain, les foules ne se déplaceront plus que pour ce qui a vraiment de la valeur.

Jean PELLERIN

Enquête auprès des diffuseurs

I — Radio-Canada

Je commencerai par l'un des facteurs que vous placez presque à la fin de votre questionnaire (G) et qui me paraît le plus déterminant: **Climat actuel de notre société.**

Puisque la radio et la télévision s'adressent au public, comme le journal, il leur faut tout d'abord chercher à connaître ce public, non pas uniquement pour savoir ce qu'il désire actuellement, mais surtout pour déterminer ce dont il a besoin, sans qu'il sache le dire lui-même très souvent, et ce qu'il est capable d'assimiler.

Il suffit de réfléchir un peu à ce problème du public pour en arriver aussitôt à des évidences:

1. Public peut être synonyme de peuple et il arrive parfois que l'on ait à faire face à une masse bigarrée qui vibre à l'unisson;

2. D'ordinaire, cependant, nous avons affaire à de nombreux publics, très différents les uns des autres, et il est vain de songer à les réunir pour les satsfaire tous à la fois. Et, parmi ces publics, il faut établir une hiérarchie où le nombre ne saurait constituer le seul critère.

Pour nous replacer au point de vue de la radio et de la télévision il y aura des émissions dont l'auditoire comprendra tous les publics ou, du moins, des représentants de tous les publics. Je pense aux sports auxquels un professeur d'université pourra s'intéresser aussi bien qu'un manoeuvre. Il en serait ainsi, mais à un moindre degré, pour certains autres spectacles qui ne visent qu'à divertir. Par contre, certains genres d'émissions plus exigeants ne s'adressent qu'à l'un des publics qui constituent la masse. Dans le domaine de l'information, par exemple, dès que nous quittons l'actualité politique pour aborder l'actualité littéraire ou scientifique ,il nous faut renoncer à la masse pour n'atteindre qu'un public entre plusieurs.

Une chanson de Charles Trenet peut plaire à tout le monde, mais la plus belle mélodie de Ravel ne sera une nourriture intellectuelle que pour quelques-uns. Tous reconnaîtront que la mélodie de Ravel a plus de **valeur** que la chanson de Trenet, même si on ne sait pas exactement ce que l'on entend par là, et

tous reconnaîtront qu'un citoyen canadien a le droit d'aimer la musique de Ravel. Toutefois, on en viendra à se demander si la radio et la télévision ont le droit de ne s'adresser, à certaines heures, qu'à un petit public, et si, au contraire, elles ne doivent pas toujours chercher à plaire à la masse.

C'est là souvent, sans qu'on le dise clairement, ce que l'on reproche à Radio-Canada. Puisque tout le monde paie pour maintenir cette société publique, ne faut-il pas conclure que cette société doit toujours s'adresser à tout le monde? Pourquoi ces récitals, ces coûteux concerts de musique symphonique, ces pièces de Camus ou de Marivaux, quand la preuve est faite que le roman-feuilleton, la chansonnette et le sport peuvent seuls atteindre de grands auditoires?

Si l'homme ne peut vivre que de pain, une société ne peut ignorer les besoins de l'esprit. J'ajouterai que ces publics restreints auxquels s'adressent les émissions culturelles peuvent jouer un rôle dominant dans la société et, par là, faire bénéficier ce mystérieux "Monsieur tout le monde" de ce que le livre, le théâtre, la radio ou la télévision ont pu leur apporter.

J'insisterai surtout sur ce que je crois avoir appris d'une assez longue expérience. C'est que ceux qui ne visent qu'à flatter le public, à satisfaire ses désirs présents, lui font injure. Le public, en tant que public, ne s'interroge pas, mais chaque fois que ceux à qui il confie des postes de commande ou des tribunes se donnent la peine de s'interroger sur ses besoins réels pour lui offrir quelque chose de mieux que ce qu'il désire présentement, sa réponse est étonnante.

A ce propos, je dirai qu'il me semble exister peu de publics aussi accueillants que le public canadien de langue française. Les concerts symphoniques réunissent aujourd'hui des auditeurs de tous les milieux et les échos que nous pouvons recueillir indiquent qu'il en est ainsi pour le théâtre. On a pu calculer que le **Télé-théâtre** du réseau Français de télévision avait plus de 500,000 spectateurs et je pourrais rappeler, entre beaucoup d'autres, ce petit fait qu'au lendemain de la présentation des **Fourberies de Scapin**, un groupe d'ouvriers a demandé à celui qui présidait leur réunion de commencer par la discussion de la pièce de Molière.

Les individus à qui la foule passive confie de bon gré le soin de la renseigner et de la guider par le livre, le journal, la radio ou la télévision, ont le devoir de tenir compte de ses besoins autant que de ses désirs et même de faire en sorte que ses besoins deviennent désirs. Et c'est ainsi, grâce à l'effort de quelques-uns, que la musique symphonique aux Etats-Unis attire dans les salles de concert plus de monde que le baseball

dans les stades; et c'est encore grâce à l'effort de quelques-uns si, dans le domaine de la chanson populaire, un Félix Leclerc l'emporte sur un soldat Lebrun.

Je crois donc que la radio et la télévision peuvent s'engager dans toutes les voies en se gardant de mépriser comme de surestimer le public. S'il faut céder à ses désirs, il ne faut pas renoncer à satisfaire ses besoins, ce qu'il attend de ceux qu'il veut bien considérer comme les créateurs de l'opinion.

Cette attitude respectueuse devant le public, cette juste évaluation de sa capacité d'assimilation permettront d'établir des horaires équilibrés, probablement à mi-chemin de ce que réclament le vendeur de boutons et l'intellectuel désincarné.

Qu'on me permette encore deux remarques. Il ne s'agit pas, comme on l'a dit assez malhonnêtement, d'imposer au public la culture, mais de déterminer des besoins réels dont le public ne peut prendre conscience de lui-même. Enfin, Radio-Canada est à ce point consciente de ce devoir qu'elle vient de créer un service de sondage dont la tâche consiste d'une part à compiler toutes les enquêtes sur l'écoute que font les agences privées et, d'autre part, à procéder à d'autres recoupements de façon à compléter ces enquêtes et à faire intervenir le facteur qualité auprès du facteur nombre.

Nous en arrivons ainsi au deuxième facteur, **la qualité artistique.**

Qu'il s'agisse de divertir ou d'informer le public, de lui parler de sport ou de littérature, Radio-Canada exigera de ses réalisateurs le même souci de qualité. On se méprend souvent sur le mot "artistique". Il ne peut s'agir ici que de préparer des émissions de la manière qui convient le mieux au sujet. Que ce soit pour la télédiffusion d'une joute de hockey ou d'une pièce de théâtre, les réalisateurs et techniciens de Radio-Canada sont soumis aux mêmes normes en ce qui concerne la qualité du son et de l'image. Pour la mise en scène et la mise en ondes, tous les effets seront permis à la condition qu'ils restent de bon goût.

C'est par ce souci de la qualité qu'on peut le mieux contribuer à former le goût du public et à transformer certains besoins de l'esprit en désirs. Une chansonnette peut être vulgaire et banale, mais interprétée par une diseuse de grande classe, elle apportera beaucoup plus qu'elle ne promettait, une certaine harmonie, un style qui a une authentique valeur intellectuelle. Cette discipline que s'imposent l'interprète et le metteur en ondes contribue à mettre de l'ordre et de la lumière dans les sentiments de l'auditeur.

La qualité artistique, en somme, c'est la différence entre une suite de mots incohérents et une phrase intelligible. Et cette phrase, aussi brève et simple soit-elle, vaudra toujours mieux que les discours désordonnés d'orateurs populaires. Le public qui sait préférer une Joséphine Baker à la première diseuse venue, un Fernandel à un Jackie Gleason, a déjà le sens de l'art et tous les espoirs sont permis. C'est un peu grâce à la radio et à la télévision si nos cabarets ne peuvent plus faire recette aujourd'hui avec des imitateurs de vingtième ordre et si nos orchestres symphoniques ne songent même plus à présenter comme solistes de simples professeurs de violon.

Ce souci de la qualité, dont on ne saurait exagérer l'importance, peut porter sur un texte, sur l'interprétation ou sur la mise en scène. Quelques-uns seraient sans doute étonnés de savoir le mal qu'on se donne pour la présentation d'une simple causerie ou d'un forum radiophonique. Le réalisateur cherchera à équilibrer les voix, ces voix trop souvent pâteuses de nos experts, parce qu'il sait que cette qualité du son ajoute à la valeur d'intelligibilité de l'émission.

Cette volonté de satisfaire à la fois les désirs et les besoins du public et le souci de la qualité dans la présentation me paraissent les facteurs déterminants. Quant aux autres facteurs que vous mentionnez, on ne peut certes les ignorer, mais rien ne saurait justifier la radio ou la télévision de manquer de respect au public.

Je passerai brièvement en revue quelques autres points de votre questionnaire:

Attitude des collaborateurs

Une remarque d'ordre général s'impose ici. En ce qui concerne la radio et la télévision de langue française, Radio-Canada doit obtenir ses collaborateurs — comédiens, techniciens, administrateurs — d'une population restreinte et jeune. Il me paraît cependant remarquable que dans un pays qui ne possède pas encore un seul théâtre permanent, un seul conservatoire d'art dramatique digne de ce nom, on réussisse à présenter chaque jour, à la radio et à la télévision, de nombreuses émissions dramatiques et, régulièrement, des spectacles aussi ambitieux que ceux du **Télé-théâtre** qui pourraient convenir à une salle de comédie. J'ajouterai que l'expérience de Radio-Canada semble démontrer qu'il importe moins de trouver des hommes de métier — car le métier s'apprend — que des hommes qui ont le sens de l'humain, ce qui suppose intelligence, sensibilité, culture et information. Ainsi, un réalisateur de spectacles spor-

tifs n'oubliera pas que le sport peut satisfaire chez le spectateur bien plus que l'instinct d'agression et que la qualité s'applique dans tous les domaines.

Opinion publique

Les réactions du public me paraissent saines et ne justifier aucunement le pessimisme de certains censeurs jansénistes. Il faudrait surtout insister sur la responsabilité de ceux dont le rôle est de provoquer ces réactions et de former l'opinion publique: journaux, associations, groupes officiels et privés. Je noterai chez certains journaux de Montréal, parmi les plus populaires, une nette amélioration dans les chroniques consacrées à la télévision. De l'ensemble des critiques, les réalisateurs peuvent maintenant dégager une opinion précise. Quant aux associations, il serait impossible de les juger en bloc. Certaines d'entre elles, syndicats ou chambres de commerce, contribuent à dissiper les préjugés en abordant avec une louable objectivité ces faits inéluctables que sont la télévision et la radio. D'autres, cependant, n'ont tendance à juger les programmes qu'à un seul point de vue, d'une étroitesse déconcertante, ce qui ne saurait conduire à une critique constructive.

Considération politique

La politique n'est à Radio-Canada qu'une source de nouvelles entre plusieurs. Le Parlement n'exerce qu'une fois par année son droit de surveillance et de critique à l'égard de Radio-Canada comme des postes privés qui disposent d'ailleurs des armes nécessaires pour résister à toute pression des autorités politiques. Ayant été rédacteur au Service des nouvelles de Radio-Canada pendant plus de quatre ans, je puis témoigner que jamais une nouvelle n'a été éliminée ou transformée pour plaire à quelque autorité que ce soit.

Coût de production

Le budget de Radio-Canada n'est pas plus illimité que celui d'une entreprise privée. Mais, avec des budgets qui paraissent ridicules aux producteurs américains, il reste possible au Canada de présenter des spectacles de qualité. M. A.-Davidson Dunton, président du Bureau des gouverneurs de Radio-Canada, faisait remarquer récemment que la télévision peut offrir une centaine d'heures de spectacles par semaine, en français et en anglais, sans qu'il en coûte plus de $15 par année

à chaque foyer qui possède un poste récepteur, et cela malgré le fait que nos réseaux doivent desservir une population relativement petite et dispersée sur un très vaste territoire.

Le bilan des trois premières années de la télévision me paraît encourageant. Dans un pays où la curiosité pour les choses de l'esprit ne fait que s'éveiller, elle a pu réunir assez de comédiens, de metteurs en scène et de techniciens pour offrir chaque semaine des spectacles dramatiques de la qualité du **Télé-théâtre.** Elle a pu intéresser un vaste public à des émissions d'information qui abordent, comme **Pays et Merveilles,** des sujets que les journaux ignorent souvent. Elle a offert des spectacles de musique et de danse avec des interprètes de très haute qualité, telle l'**Heure du concert.** Elle a une fois de plus démontré par ses **Concerts pour la jeunesse** qu'on est avide de beauté, même dans les milieux les plus modestes, et, par **la Famille Plouffe,** qu'un authentique sens de l'humain peut animer le plus populaire des romans-feuilletons.

Je ne crois vraiment pas que l'on trouve à la télévision américaine, parmi ses programmes réguliers, l'équivalent des quelques spectacles que je viens de mentionner entre beaucoup d'autres. Je ne dirai pas que la télévision a toujours su vaincre les obstacles, mais je puis témoigner que l'équipe qui la dirige ne songe pas à abandonner la lutte.

Robert ELIE

II — CKAC — Montréal

Au Canada, le gouvernement fédéral, qui favorise en général de certaines lois l'industrie privée d'une part, lui fait, d'autre part, dans le domaine de la radio, une concurrence plus ou moins équitable. En effet, le gouvernement permet au Canada une fonction similaire à la radio d'Etat et à la radio privée, dans la radio commerciale, avec cette nuance toutefois qu'il concède à la radio d'Etat, le droit de légiférer et de dominer de sa puissance toute la radio canadienne. La radio d'Etat, en plus de profiter de substantielles allocations provenant de relevés de taxes, bénéficie de revenus imposants provenant de la vente de certains programmes, sans compter les profits de la vente de lignes de réseau aux postes privés, lignes que la radio

d'Etat achète à prix de gros pour les revendre à prix de détail. De plus, la radio d'Etat édicte des lois qui régissent à la fois la radio privée et la radio d'Etat. Mais dans une telle situation, la radio d'Etat n'est-elle pas encline à se favoriser au détriment des postes privés? La radio d'Etat peut-elle équitablement juger, si elle est elle-même à la fois juge et partie?

La radio d'entreprise privée, ne profitant d'aucune subvention, ayant à faire face à la concurrence et aux fluctuations normales des marchés de l'offre et de la demande ,ne peut pas fournir un effort artistique qui soit comparable à celui de Radio-Canada. La radio n'a pas besoin de profits pour boucler son budget annuel. Il lui suffit tout simplement de faire une demande au parlement pour qu'on lui fournisse les fonds nécessaires à l'équilibre de ses balances comptables.

La radio privée, elle, sans profit, est vouée à un échec financier et à la faillite. Je ne connais pas de société privée de radio ou de tout autre commerce, qui soit philanthrope au point de combler des pertes sans prendre les moyens de remédier à un état de choses inacceptables pour toute organisation commerciale bien administrée.

Il arrive donc que, pour obtenir les sommes nécessaires à sa saine administration, le poste privé doit accepter dans une certaine mesure des émissions commerciales qui ne sont pas toujours conformes à une qualité artistique de premier plan, mais dont la facture n'est pas toutefois contraire aux règlements d'éthique que les postes eux-mêmes se sont imposés pour la bonne conduite de leur organisme.

a) Qualité artistique, oui, mais dans le cadre étroit des exigences d'un médium de publicité créé pour la masse qui ne souffre pas qu'on lui impose une culture pour laquelle elle n'est pas préparée. Ce n'est pas à la radio privée de juger si oui ou non la radio d'Etat remplit adéquatement son rôle. Déjà la Commission Massey et plusieurs autres commissions précédentes lui ont donné des directives qui n'ont presque pas modifié la situation.

Les postes privés essaient, dans la mesure du possible, de concilier les deux éléments art et divertissement. Ce n'est pas toujours facile et je ne pourrais pas dire que nous y ayons toujours réussi. Les postes privés ont une qualité artistique qui est dosée selon la qualité des masses qui les écoutent. Cette qualité artistique, si elle ne comporte pas toujours un grand "A", reste quand même accessible à la masse d'auditeurs.

b) Nous essayons dans nos programmes de faire ressortir la valeur sociale et humaine. Nous le faisons avec les moyens du bord, en faisant appel aux éléments bénévoles qui veulent

bien ainsi apporter leurs connaissances et leurs suggestions à l'attention des auditeurs.

c) Il en est de même de l'opinion publique. Lorsque surgit un problème d'intérêt génàral, ou quelquefois, particulier à un groupe ou même à une minorité, nous nous efforçons de lui donner toute la lumière possible pour qu'il soit bien compris de nos auditeurs. C'est pourquoi nous organisons chaque fois que les événements l'exigent, des forums susceptibles d'éclairer les gens sur les grands problèmes du jour.

d) Depuis l'avènement de la radio commerciale, il s'est développé dans les agences de publicité un nouveau service; celui de la radio. Ce service a pour tâche immédiate la création d'émissions radiophoniques capables de favoriser un produit déterminé, de le répandre, d'en faire connaître les qualités, d'en vulgariser l'emploi. Si le produit offert est accessible à tout le monde à un prix réduit, il faut donc que le programme éveille chez les auditeurs le désir de se procurer ce produit le plus tôt possible. Il faut aussi que cet éveil soit accompli grâce à un élément artistique qui soit lui aussi accessible à l'intelligence et à la compréhension de l'auditeur. Si nous avons un commanditaire qui veut offrir un savon domestique, on ne peut certes pas offrir ce produit aux acheteurs éventuels en leur présentant un concert de musique symphonique, entrecoupé d'annonces commerciales vantant les mérites du produit. Il y a des nuances qu'il faut respecter. Par contre, je pourrai présenter un tel programme à un groupe restreint d'auditeurs, mélomanes avertis, ayant donc un standard élevé d'éducation et de culture, dans le but de leur vendre un produit de qualité, un parfum, des vêtements de luxe, des boissons de prix. C'est sans doute pour cette raison, et surtout parce que des études du marché l'ont démontré, que l'on en vient à la conclusion suivante: pour vendre un produit bon marché, il faut avoir un véhicule qui soit populassier, sinon populaire, tel par exemple, le roman-savon, l'apanage de notre radio commerciale, principalement de Radio-Canada. Dans la radio commerciale, il faut donc tenir compte des idées soumises par les commanditaires (ce sont eux qui paient) dont le seul but, en présentant un programme radiophonique, est de trouver une formule agréable pour faire absorber aux auditeurs une certaine quantité massive de messages commerciaux. Il lui importe peu, à ce commanditaire, de collaborer au relèvement du niveau intellectuel ou artistique des auditeurs. Ce qui l'intéresse, c'est de vendre le produit qu'il fabrique. L'agence de publicité qui réussit à activer les ventes de son client, grâce à un programme de radio, a bien mérité de

son commanditaire. Les commanditaires, faisant précisément partie de cette masse qu'ils veulent atteindre et dont ils ne se différencient que par la seule puissance de l'argent, créent des programmes pour leur plaisir personnel ou celui de ceux qui les entourent. Je pourrais vous citer le nom d'un riche commerçant montréalais qui ne choisissait ses programmes de radio qu'en fonction des goûts et des exigences de son personnel de fabrique, des ouvriers certes fort habiles dans leur métier, mais dont l'éducation et les connaissances ne dépassaient guère les classes primaires. Ce poste privé, qui doit terminer son année en présentant à ses propriétaires tout au moins un profit appréciable, ne peut pas se permettre de refuser un tel programme, même si celui-ci ne rencontre pas tout à fait les exigences d'une facture artistique de premier choix.

e) Quant aux "ratings", je ne vous apprendrai rien en vous disant que leur somme prend la force d'une bible et que les acheteurs de "temps" radiophonique, qu'ils soient de l'Etat ou de l'industrie privée, ne complètent jamais une transaction sans avoir fait une étude détaillée des "ratings" comparés de tous les postes de radio dans un secteur déterminé.

Quant à la valeur des "ratings", elle est discutable. L'échantillonnage est fait la plupart du temps au hasard; les noms sont pris dans un petit groupe de personnes ayant le téléphone et figurant dans nos annuaires, et les réponses peuvent difficilement être vérifiées. Mais même si l'on peut discuter ces "ratings", il reste qu'ils sont à la base de tout achat de "temps" radiophonique, et qu'il faut les expliquer ou les justifier auprès des commanditaires.

Ce sont les émissions dites 'populaires' qui obtiennent les "ratings" les plus élevés; on voit rarement aux premières places les programmes culturels de qualité, même si ces derniers sont cent fois supérieurs aux premières. Dans ce domaine comme dans bien d'autres, c'est encore la masse qui domine.

f) Les réalisateurs, les auteurs, sont les collaborateurs immédiats d'un service de programmes et leur appui est considérable dans l'élaboration des différents programmes réalisés par tous les postes de radio. Leur importance varie selon les régions. Les réalisateurs, les auteurs, sont les chevilles ouvrières qui fournissent les idées ou qui les travaillent et les soumettent aux services commerciaux pour leur vente éventuelle à des commanditaires.

g) Quant au public, son appui et son opinion sont pratiquement inexistants puisqu'il est très rare que les auditeurs prennent la plume pour nous offrir des suggestions intéressan-

tes. Il y a bien des gens qui écrivent des lettres aux vedettes pour leur signifier leur admiration, pour leur demander des photos, pour prendre part à des concours. Mais, lorsqu'il s'agit de faire des critiques constructives, on ne peut dire presque sans se tromper que le public est bien prêt à critiquer les émissions quelles qu'elles soient, mais jamais ne prendrait la peine d'écrire une lettre pour faire part de ses commentaires aux intéressés.

h) Jamais la politique ne doit entrer en cause dans les émissions de la radio. La radio privée se pique de son objectivité tout en gardant la liberté de faire des articles éditoriaux. Disons toutefois que trop peu de postes privés se prévalent de ce privilège et préfèrent rester dans l'objectivité. Peu importent ses attaches politiques, la radio privée se doit de renseigner tous ses auditeurs d'une façon juste et adéquate. Elle ne doit jamais donner une opinion qui puisse soulever la controverse; ou, si elle le fait, elle doit donner à l'opinion adverse les possibilités de démontrer et d'expliquer son point de vue.

i) Il reste la question du budget et du coût de la production. Naturellement, le budget des programmes de soutien d'un poste de radio privé est en fonction de ses bénéfices; le poste consacre une bonne partie de ses bénéfices à la production d'émissions de soutien. Il est donc normal qu'un petit poste de province par exemple, dont les revenus sont sujets à de nombreuses fluctuations économiques, ne puisse pas consacrer des sommes considérables à ces programmes de radio.

Au Canada, peut-être pourrions-nous suggérer un système radiophonique semblable à celui qui existe en Australie. D'une part une radio-Etat, entièrement consacrée à des émissions d'ordre culturel sous tous ses aspects et d'autre part une radio d'entreprise privée, consacrée aux intérêts commerciaux de ses clients. Le public peut ainsi librement faire un choix judicieux selon ses goûts personnels.

Ferdinand BIONDI

III — CHRC — Québec

Les facteurs que vous nous indiquez viennent, dans le choix des programmes que nous diffusons, dans l'ordre d'importance suivant:

"Valeur sociale et humaine" et "qualité artistique" sont au premier plan et sur le même palier "préférences des commanditaires".

Nous sommes d'avis que c'est par les deux premiers facteurs que nous pouvons gagner le faveurs d'un plus vaste auditoire.

Les préférences des commanditaires vont aussi aux émissions les plus écoutées.

La satisfaction de mieux servir le public et l'ambition de satisfaire un plus grand nombre de radiophiles nous feront donc placer au premier plan, ces trois premiers facteurs.

En deuxième lieu, nous considérons "les aptitudes des réalisateurs" et le "coût de production", deux facteurs qui viennent modifier la forme de l'émission.

"L'opinion publique" et le "climat actuel de notre société" viennent en troisième lieu.

Les "ratings commerciaux", quoique nous les consultions parfois, n'exercent pratiquement aucune influence directe sur le choix des programmes.

Enfin, il n'y a aucune considération d'ordre politique.

Le Directeur des Programmes,
Magella ALAIN, Poste CHRC

IV — Radio-Nord, Inc. — Rouyn

EXAMEN DE CONSCIENCE (1)

"Nous avons de la matière une idée plus confuse encore et moins utilisable que celle que nous avons de l'esprit."

Charles PEGUY

Dans quelle mesure les facteurs énumérés influent-ils sur le choix des programmes?

Il est impossible de répondre à cette question dans sa teneur générale puisqu'un programme de radio est essentielle-

(1) Ces notes sont un examen de conscience. Elles ne peuvent être considérées ni comme une critique ni comme une comparaison.

ment une réalisation (passage de l'idée à la réalité, de la puissance à l'acte) dans un domaine de contigences, avec un but particulier à chacun.

Evidemment, si un programme est une production artistique ou littéraire, le facteur qualité artistique sera déterminant et le facteur coût de production sera secondaire. Ce dernier viendra négativement conditionner en proportion directe avec l'ampleur des ressources financières fournies par la commandite commerciale ou par les taxes des contribuables ou par le surplus de profits à résorber. Evidemment aussi, dans le cas d'une production toute commerciale destinée à mousser la vente des produits d'un client et à rapporter des revenus à une organisation radiophonique, le coût de production aura une influence déterminante.

En somme tout programme, une fois produit, est un particulier et une individualité, puisqu'il est devenu une oeuvre ayant une existence extérieure à sa cause. Toute oeuvre extérieure relève, d'après saint Thomas, de l'art (sens générique et non pas sens beaux-arts) et, toujours d'après le philosophe du réalisme, l'art est une vertu naturelle, adjuvant du libre arbitre: force motrice de l'action. La réalisation des programmes radiophoniques est un domaine de l'activité humaine ayant l'ampleur de la réalisation artistique, qui couvre toute la création extérieure à l'homme — de l'oeuvre la plus raffinée en musique ou en peinture, à l'oeuvre la plus utilitaire du plus humble artisan menuisier.

La question posée concernant la production radiophonique se rapproche directement de la vieille querelle des moralistes, qui se demandaient jusqu'à quel point le Bon (moral) devait contrôler le bon (matériel) et le Beau dans les Beaux-Arts. Et la réponse de saint Thomas, reprise et développée par Maritain, était que la morale exerce une influence négative dans l'oeuvre d'art elle-même, laquelle n'a pas le droit de pécher contre la morale. L'influence positive de la morale ne peut avoir lieu que dans l'artiste ou l'artisan en tant qu'homme. L'oeuvre d'art sera plus ou moins chrétienne selon que l'homme qui la produit aura une mentalité plus ou moins chrétienne.

La production radiophonique, qui ne peut s'enfermer dans les cadres des beaux-arts et qui dépasse même les cadres de l'art tout court, ne peut être jugée que par les barèmes servant à juger l'action. Ces barèmes sont à mon avis contenus dans trois questions:

1. Quel est le but poursuivi?
2. Quels sont les meilleurs moyens à prendre?
3. Quels sont les résultats obtenus?

Les deux premières se posent avant l'action pour la diriger et la dernière après l'action pour la juger.

1. Quel est le but poursuivi?

C'est la fin, la direction et la justification de l'action. C'est aussi le **status questionis.**

Les buts de la production radiophonique, tout comme ceux de l'action, varient à l'infini selon les circonstances. La radio étant un service public, les buts de sa production doivent correspondre aux besoins du public et non pas aux goûts personnels du directeur ou du réalisateur. La radio est pour le public un moyen d'information, de récréation et d'éducation. Et, j'ajouterais un moyen de participation à la vie communautaire, que ce soit sur le plan local, régional, provincial ou national.

Au Canada, pays aux espaces démesurés et aux populations éparpillées, la participation instantanée des individus et des groupes isolés à la vie de la nation, par la radio (qui est encore le seul moyen de l'assurer à nos nombreuses régions éloignées) est extrêmement importante comme valeur sociale, humaine et politique. A ce point de vue les dirigeants de Radio-Canada ont accompli une oeuvre gigantesque dans l'extension de leurs réseaux nationaux.

Pour les postes desservant des régions étendues et éloignées, cette participation à la vie nationale par le raccordement au réseau de Radio-Canada, même à des heures précieuses et pour des programmes non obligatoires, aura priorité sur bien d'autres points de vue. De même, sur le plan régional, les programmes comme "Radio-Chapelet", "Messe de Minuit", "Visite aux Malades", "Souhaits de Bonne Fête", et aussi les descriptions d'événements sportifs sont de première importance. Tandis que pour le poste situé dans une grande ville servie par de multiples postes, plusieurs journaux quotidiens et autres imprimés, cette participation à la vie commune ne s'imposera pas avec la même exigence.

En ce qui concerne l'éducation ainsi que l'information, le poste de province, affilié à un réseau, qui peut se servir à même la production de Radio-Canada, pour donner une information de premier ordre et des programmes éducationnels auxquels il ne peut aucunement faire concurrence, n'aura pas les mêmes besoins et par conséquent les mêmes obligations que le poste non-affilié d'un gros centre. Pour l'information, la récréation et l'éducation de ses auditeurs, le poste affilié de province cherchera avant tout à créer un service complémentaire du ser-

vice national. Il cherchera à aider à la création d'une vie communautaire régionale et à satisfaire les besoins locaux.

La radio est un service public parce que c'est le moyen de faire prendre connaissance par le public (donc de publier) tout ce qui peut être communiqué par le son. Ce service, sur le plan très particulier du local et du régional, consiste à aider les dirigeants de la vie spirituelle et de l'activité littéraire, de la vie politique et sociale tout comme ceux de l'activité économique. Il ressemble, dans la théorie du service public, à l'obligation de l'organisation nationale. Mais dans l'application pratique, les différences sont immenses.

Dans l'aide apportée à l'organisation religieuse, les restrictions dues au système démocratique ne seront pas les mêmes. Dans l'opération nationale, il est bien difficile de faire comprendre aux citoyens d'Orangeville qu'il faut tenir compte de l'habitant de Ste-Anne de la Pocatière et vice versa. Mais il faut le faire. Dans l'opération locale, il sera facile d'accéder aux demandes concernant une immense majorité.

Sur le plan littéraire et artistique, le besoin local ne sera pas immédiatement de viser à la perfection de la présentation, mais plutôt d'éveiller et d'encourager le goût des beaux-arts.

Le service commercial, qui n'est pour l'opération nationale qu'accessoire et secondaire, devient essentiel et correspond à un besoin primordial dans l'opération locale. La distribution des denrées et des objets nécessaires à la vie se fait principalement par le truchement des commerces au détail établis dans nos villes et villages du pays. Plus une région est éloignée, plus elle doit se suffire à elle-même (en publicité, comme dans le reste de l'organisation économique) et plus elle aura besoin de la radio. Dans les régions non desservies par les journaux quotidiens, ce besoin deviendra une nécessité.

C'est l'habitude que l'action soit jugée, non par les hommes d'action, mais par les hommes de théories: les intellectuels. Il est très regrettable aussi que ceux qui font les lois, et jugent et commentent les jugements concernant l'action dans des discours et des articles bien tournés, soient presque exclusivement des gens habitant les métropoles et les capitales. Il y aurait beaucoup à gagner à ce que les régions particulières, riches d'expériences toutes différentes, et secteurs aussi essentiels que les centres du pays, se fassent entendre plus souvent et plus fortement. En outre, dans les champs d'action vastes, il y a peut-être une trop grande prépondérance d'experts, ou comme prononcent certains paysans ayant le sens de la certitude et une ironie très profonde, "d'espères".

La spécialisation moderne nous fait perdre le sens de la synthèse. La vie est une synthèse, laquelle est un équilibre. Le besoin de publicité commerciale, tout comme l'importance du commerce des régions éloignées, est mal compris, parce que jugé selon des barèmes inadéquats. Il est peut-être secondaire d'informer le public comme le fait si bien le service national, qu'un savon est beaucoup plus savonneux qu'un autre à peu près identique. Mais il n'est pas secondaire qu'une mère de famille de la petite ville et des environs sache qu'il n'y aura pas de tournée du laitier et du boulanger. Il n'est pas secondaire, dans les régions où toutes les denrées alimentaires sont importées, que le marchand informe immédiatement et instantanément sa clientèle qu'il a en mains un plein wagon de tomates fraîches à leur offrir. Si au lieu de vendre ses tomates fraîches le marchand les perdait trop souvent, son client, la famille composée d'êtres humains en tout semblables à nous-mêmes, devrait se contenter de tomates en conserves. Et ce serait un pas en arrière dans la civilisation matérielle. Saint Thomas a pourtant prétendu qu'il fallait un minimum de bien-être matériel à l'épanouissement des vertus surnaturelles.

2. Quels sont les meilleurs moyens à prendre?

Ce sont ceux qui sont possibles et qui, à toutes fins pratiques, assureront les meilleurs résultats.

Dans l'action, un moyen se doit d'être possible. Autrement, il n'est qu'une théorie, un projet, un rêve. Dans sa possibilité pratique, l'action doit être la résultante de deux données, une négative qui lui servira de cadre, et une positive qui lui servira de direction. Quel que soit le résultat voulu, fût-il uniquement récréatif, commercial ou terre à terre, pour parler comme les intellectuels, l'action, tout comme l'art, doit se tenir en dedans de certains cadres. L'action ne peut-être anti-morale et anti-esthétique. La réalisation radiophonique est sujette aux mêmes règles. La chansonnette, très agréable mais obscène, ne serait pas admissible, pas plus que le sketch relevant du mélodrame à outrance ou du théâtre d'horreur. De plus, négativement aussi, pour l'entreprise privée du moins, il y a le prix de revient qui doit être envisagé avec un sens des proportions que seule, dans le domaine économique, la direction générale peut avoir, puisqu'elle est la seule à avoir la synthèse nécessaire. Positivement, le choix des moyens est entièrement empirique et opportuniste. Le moyen susceptible d'obtenir le plus de résultats en relation avec le but poursuivi sera inévitablement le meilleur.

Il est essentiel de se rappeler que la radio s'adresse non pas à la masse, terme déjà trop restrictif puisqu'il exclut des minorités, mais au public dans son sens le plus extensif. Un auditoire radiophonique, ce n'est pas seulement l'intellectuel minoritaire, mais aussi l'immense majorité des non-instruits qui peuvent quand même être intelligents, et avoir un sens profond des valeurs; ce n'est pas seulement (dans notre province) la majorité de langue française, mais aussi les minorités de langue anglaise et même les très petites minorités composées par les nouveaux canadiens; ce n'est pas seulement la majorité des catholiques, mais aussi les protestants, les juifs, les églises orientales, schismatiques ou non. En somme, dans une démocratie, toutes les minorités, comme les majorités, ont un droit inhérent à leur qualité de citoyens, à l'usage de la radio comme moyen d'expression, d'information, de récréation et d'éducation.

Par ailleurs, la minorité ne peut pas imposer ses goûts et ses opinions à la majorité. Dans un domaine aussi relatif que la récréation, les adeptes rigoureux du classicisme en musique auront droit à une certaine proportion des programmes musicaux, proportion plus grande que la stricte représentation numérique, puisqu'il sera tenu compte de la valeur intrinsèque des programmes concernés. Mais, ils ne pourront pas exiger qu'une grande majorité ne puisse se détendre avec du quadrille au lieu de la valse, ne puisse attendrir leur sensibilité avec les "westerns" de langue française — au lieu du romantisme larmoyant de beaucoup d'oeuvres déclarées, par les officiels, esthétiquement belles. Le violoneux, l'accordéoneux, l'artiste du coin du rang, ne compromettront pas l'avenir des arts en jouissant de leur part de gloire et en ayant leur petite galerie, eux aussi. Et qui sait combien de nos futures étoiles et même de nos étoiles présentes ont commencé à satisfaire leurs besoins d'expression en grattant leur instrument à la fête du village. Le machiavélisme n'est certes pas plus acceptable en radio qu'en politique; mais le césarisme et l'autocratisme non plus. En démocratie et pour les démocrates, une seule mentalité est de mise: le démocratisme.

3. Quels sont les résultats obtenus?

Le seul moyen de juger la valeur réelle de la production radiophonique est le barème servant à juger l'art et l'action; c'est l'oeuvre, le résultat. Toute action qui n'atteint aucunement le but poursuivi est un avortement. Malgré son beau feuillage, le figuier de l'Evangile qui ne portait pas de fruits, était destiné à être jeté au feu. Tout programme récréatif et éducatif qui amènerait chez l'auditoire auquel il est destiné un mouvement de

cesser l'écoute, est inéviatablement un échec. Les causeries interminables, compréhensibles seulement par les universitaires connaissent d'avance la matière et ayant à leur disposition des bibliothèques bien garnies et beaucoup d'autres moyens de se rafraîchir la mémoire, ne peuvent être considérées comme des moyens d'éducation de la masse. Par ailleurs, l'enseignement par une dramatisation agréable et raffinée, suivi par le pauvre non-instruit autant qu'un roman fleuve, est une réussite éducative. Citons comme exemples: "Le ciel par-dessus les toits", "National School Broadcast" et "Ontario School Broadcast". Le "Showmanship" de Mgr Sheen, la vulgarisation étudiée du Père Desmarais peuvent faire sourire, mais les résultats sont sérieux.

Comment juger le résultat obtenu, l'oeuvre accomplie, non pas uniquement dans sa valeur intrinsèque, mais avant tout dans sa relation d'effet à cause, de fidélité à l'idée maîtresse, de matière à former, d'expression à inspiration? Malheureusement, dans la radio, domaine par excellence de l'action et de la réalisation, il est très souvent oublié que l'acte essentiellement est de la vie provenant d'un point d'équilibre entre la matière et la forme, l'idée et la substance, la chair et l'esprit. Dans l'action humaine, la chair sans esprit est un cadavre, et l'esprit sans chair est une idée sans vie. L'incarnation n'est pas seulement le principe actif de toute la spiritualité, mais aussi la métaphysique de l'action. Dans le naturel comme dans le surnaturel, la splendeur est un surcroît de vie. Le plus beau potentiel de l'âme, s'il n'est pas vivifié par l'amour ne donnera pas la sainteté. Les plus hautes connaissances spéculatives, si elles n'ont pas substantiellement pris pied dans l'âme ne donneront pas, elles non plus, la sainteté. Il y a des docteurs en théologie qui se damnent comme il y a des débardeurs qui se sauvent. Pas de splendeur humaine non plus, sans vie. Et pas de vie, sans compénétation de la chair et de l'esprit. Et la plus ou moins grande vitalité dépend du plus ou moins parfait équilibre entre les deux.

Dans le fonctionnement de la radio, il y a trop souvent déséquilibre. On ne peut dire qu'il y a trop de l'un ou de l'autre puisque le surplus quantitatif est une notion relative à l'impuissance humaine, mais trop souvent il n'y a pas assez de chair, de matière, ou pas assez d'esprit, de forme. Inutile de considérer une certaine production radiophonique qui, en plus d'être totalement amorphe, est aussi dépourvue de matière et de substance. Cette production pourrait être qualifiée de perfection d'insignifiance, si le terme perfection pouvait être négatif; disons plutôt de totalité de vide.

N'allons pas croire que seule la production populacière peut concourir dans cette classe. Le populo a au moins la supériorité, habituellement, d'être naturel et spontané. Mais que dire des faux parisiens, venus des faubourgs de nos grandes villes, se gargarisant d'argot et d'expressions d'outre-mer? Que penser de ces programmes à gros cachets présentant des pseudo-peintures de moeurs faussement réalistes où les comiques sont des drôles, où le drôle est triste et ennuyant, où le vrai est faux et n'est même pas véridique?

La fidélité au but déterminé à l'avance, qui devient au cours de la réalisation l'idée maîtresse, la lumière laissant les plans secondaires dans l'ombre et déterminant l'angle de vision, est une condition **sine qua non** d'un résultat vrai. Certes le maintien de cette condition est une difficulté majeure. Les très grosses organisations perdent souvent le but, l'orientation donnée par la direction. Et dans le chemin de l'accomplissement, à travers les myriades d'employés plus spécialistes les uns que les autres et sous l'amoncellement de moyens techniques fascinants, sous un visage de machinerie froide, l'idée maîtresse perd de plus en plus de stature pour ne devenir au stade du produit, qu'un détail oublié dans quelque panier, enterré sous le tonnage des formules.

Un autre danger inhérent à la multiplicité d'employés et à la spécialisation extrême des employés d'un grand poste, est la pauvreté de la matière par rapport à un surcroît d'esprit; surtout dans les réalisations qui ont un but éducatif, on place trop souvent comme grande responsable et dernière autorité devant juger l'ensemble, des hommes qui ont une grande valeur dans le domaine de l'étude et de la pensée mais qui n'ont aucune préparation pour la mise en pratique et l'action. Dans la mise en oeuvre, les diplômes et les titres ne remplacent pas la connaissance de la vie et de ses innombrables contingences — connaissance qui ne s'acquiert que par l'expérience, c'est-à-dire par l'obtention de la familiarité, de l'intimité, avec les multiples variations et particularités d'une idée lorsqu'elle prend chair. C'est pourquoi, il y a beaucoup de programmes qui ont une très grande qualité à de multiples points de vue, mais qui n'ont aucune relation avec le but poursuivi. Un programme éducatif sans auditeurs ne peut pas faire oeuvre d'éducation. Un programme récréatif qui demande à son auditeur un effort épuisant n'est plus récréatif.

En passant à l'autre extrême et en considérant la production des petits postes de province, on constate une abondance de matière. La forme est souvent anémique. La cause principale

n'est pas, comme on le croit trop souvent, le matérialisme, l'absence de toute préoccupation autre que le revenu commercial, mais plutôt un manque de temps physique et surtout un manque de disponibilité psychique. Lorsque le même homme assume les fonctions de directeur général, de directeur des programmes, et du service des ventes et du service technique, de contrôlur financier, de comptable en chef, et lorsque de plus, il n'est assisté d'aucun spécialiste, il n'est pas extraordinaire qu'il soit noyé par la routine quotidienne. La plupart du temps, il doit voir à tous les menus détails de la mise en pratique, à chaque minute de ses quelque dix-sept heures d'opérations quotidiennes.

Le souffle de l'esprit, l'inspiration de l'idée, lorsqu'ils effleurent le cerveau bourré de problèmes urgents et la sensibilité angoissé de cet homme à bout de souffle, ne trouvent pas facilement la fissure d'entrée. La prévision nécessite le silence méditatif, le recul, la projection pour un instant à l'extérieur des problèmes de la vie courante, le débarrassement du poids extraordinaire des contingences immédiates. La réflexion n'est permise qu'à l'esprit qui a pu se retirer dans sa chambre intérieure où ne pénètre pas la suie, le bruit, la poussière de la voie publique, et où la lumière de l'idée peut éclairer directement son objet. L'inspiration n'est permise qu'à l'âme départie de tous ses vêtements étouffants et déformants imposés par la conception artificielle et préjugée de la structure économique et sociale. L'âme doit être nue pour baigner les formes splendides de sa nature authentique dans la chaleur des rayons épurants de la Vérité et de la Beauté.

Pour être objectif en jugeant la production de petits postes de petites villes, il est essentiel d'avoir toujours présent à l'esprit cette atmosphère de compression toujours au point d'ébullition, d'urgence permanente et d'improvisation continuelle. Les conditions de travail de l'équipe restreinte voyant à la marche d'une organisation radiophonique semblable, sont très ingrates. Et, quand de plus, comme dans de très nombreux cas, les problèmes financiers sont tragiques et que boucler le bilan annuel est souvent une question de vie ou de mort, nous devons apprécier l'effort fourni par les dirigeants qui ont su quand même avoir le sens de leurs responsabilités envers leur public. Nombreuses sont les réalisations, nombreux sont les programmes, nombreuses sont les présentations musicales, théâtrales, éducatives et religieuses qui, en tenant compte des circonstances, sont admirables. Ces réalisations locales, en plus d'avoir relativement une bonne qualité intrinsèque, sont essentielles du point de vue de la vie sociale. Mais surtout, elles atteignent un maximum

de résultats parce que l'auditoire est presque total et que le point d'intérêt est intense.

Combien d'auditeurs ne consacreront pas leur veillée à entendre les concerts symphoniques ou le théâtre Ford mais s'arrêteront pour entendre leur enfant donner deux minutes dans un programme d'une heure et demie, ou pour écouter le pianiste amateur, consacrée gloire locale, exécuter imparfaitement une sonate de Beethoven. L'auditeur, après cette expérience répété plusieurs fois, sera pris à son propre jeu. Lorsque, peut-être par hasard, il entendra la même sonate hautement exécutée par Rudolf Serkin, le sentiment de complicité avec le compositeur qui lui a donné des joies tout à fait extérieures à l'art, la fierté candide d'avoir le souvenir de noms et de certaines mélodies le feront succomber à la tentation d'écouter jusqu'au bout. Et souvent il sera stupéfait d'apprécier la différence d'exécution et de constater qu'il n'est pas rebuté par la grande musique décrétée ennuyante dans son milieu.

Dans l'éducation par les arts, extérieurs aux cadres officiels, il serait bon de se préoccuper moins de la perfection artistique et plus du rendement éducationnel. Et certains fonds publics refusés par les gouvernements officiels, pour des raisons hors de notre sujet, seraient certainement bienvenus et très productifs sur le plan local et régional et auraient l'avantage de ne pas engager les principes politiques. Les fanfares de village et les ensembles orchestraux de petite ville, feraient des merveilles avec un $100.00 ici et là, puisque leurs membres sont des fervents de la musique, qui font de l'art pour l'art.

En tenant compte des circonstances très variées et de ces particularités inconciliables, et en gardant comme dénominateur commun de grands principes dont il ne faut pas s'écarter, quelle autorité pourra juger la qualité pratique de la production individuelle de chacun des postes du pays? Cette autorité, ce juge, doit avoir le recul des circonstances particulières et le désintéressement des cas individuels, il doit se placer du point de vue du bien commun. La communauté dans ce domaine, c'est la nation. La nation qui est une, est quand même un composé divisible et subdivisible en plusieurs parties. Là encore, le jeu de la démocratie doit maintenir un équilibre entre le général et le particulier. Ce juge, cette autorité, doit donc avoir la connaissance des besoins de l'ensemble et garder constamment présentes à l'esprit les politiques établies en fonction de ces besoins. Cette autorité devra de plus avoir la connaissance vécue des besoins et des circonstances pratiques des parties composantes, qu'elles soient provinciales, régionales ou locales.

Dans un domaine aussi vaste, presque universel, comme l'opération radiophonique, ce tribunal, inévitablement, doit être conseillé par des spécialistes de chaque point de vue englobé, comme la finance, le génie électronique, la réalisation artistique, l'éducation, la récréation, l'information, la publicité. Cette autorité doit être conseillée non seulement du point de vue particulier et restreint des techniques, mais aussi du point de vue de la vie quotidienne, de la mise en pratique des activités radiophoniques régionales et locales, qui ne peut être présenté que par ceux qui en ont l'expérience. Dans le système actuel, les hommes qui ont la connaissance vécue des principes incarnés et qui font vivre en synthèse tous les principes de tous les divers points de vue, n'ont malheureusement pas voix au chapitre. Cette autorité, ce grand tribunal doit s'appuyer sur des aides pour obtenir l'information détaillée concernant les divers cas à juger. Ces aides ne doivent pas avoir la possibilité d'être préjugés au point de départ. Surtout lorsqu'il peut y avoir dans les domaines pratiques concurrence entre notre système d'Etat et notre système privé. "Humanum est errare." Tout homme est solidaire de son milieu, disait le bonhomme Taine. Par conséquent il en est aussi la victime. Les plus grandes précautions dans le choix des meilleurs hommes possibles ne garantiront jamais contre les faiblesses inhérentes à la nature humaine. Pour être certain que l'équilibre entre le général et l'individuel, le commun et le particulier se rencontrent dans une justice s'appuyant sur la connaissance et la compréhension des deux, il est essentiel que le particulier, tout comme le général, soient représentés avec la même objectivité et la même sympathie compréhensive.

La pensée doit être jugée comme pensée, l'action doit être jugée comme action. La vie doit être jugée comme une productivité provenant d'une co-existence, d'une compénétration de la chair et de l'esprit. Tous ceux qui jugent la production radiophonique comme tous ceux qui les aident à juger doivent être certains d'avoir l'objectivité et le dégagement pré-requis, d'être en contact avec l'existence vécue comme avec la connaissance théorique. De plus, l'indépendance totale de toute opération pratique, qu'elle relève d'un système d'Etat comme d'une opération privée, qu'elle englobe le pays aussi bien qu'une localité, est essentielle.

David-Armand GOURD, M.A.,
président,
"Les Radiodiffuseurs de Langue Française du Canada"

Note de la Rédaction. — M. D.-A. Gourd est également gérant-général de "Radio-Nord, Inc.", un organisme privé qui opère les postes CKVD (Val d'Or), CHAD (Amos), CKRN (Rouyn-Noranda) et CHLS (La Sarre).

La guerre des ondes

Un jour, en 1927, deux jeunes Canadiens de mes amis se rencontraient à déjeuner à Ottawa. Tous deux s'intéressaient à la radio, qui venait tout juste de naître au Canada, et voulaient échanger leurs idées sur le sort réservé au nouveau médium. Conscients de l'immense pouvoir de la radio sur l'esprit humain et de la prédominance du capital américain dans le domaine des ondes, ils concluaient que si la radio demeurait l'affaire de corporation privées, elle dégénérerait fatalement en un simple mécanisme publicitaire. Ils craignaient que la radio ne tombât bientôt aux mains des monopoleurs — subissant en cela le sort de tant d'autres activités économiques canadiennes. Ils prévoyaient que les postes privés se limiteraient aux villes, sans se soucier des régions rurales. L'importation de programmes américains nuirait sûrement aux artistes de chez nous, à moins qu'un organisme gouvernemental fût institué en autorité, avec mission de favoriser l'épanouissement de talents canadiens. Le repas terminé, ils avaient décidé de créer une ligue de la radio. Cette ligue aurait pour but de promouvoir le principe d'une régie gouvernementale afin que la radio demeurât canadienne et qu'elle servît au public plutôt qu'aux intérêts privés.

En quelques années, la Ligue Canadienne de la Radio est devenue un organisme très influent. Son exécutif réunit les plus émiments représentants de chaque province. Sa propagande atteint l'opinion publique: on saisit que le Canada a tout intérêt à ce que la radio soit un instrument culturel plutôt qu'un instrument commercial, à ce qu'elle profite à la nation tout entière plutôt qu'au monde restreint des affaires, soucieux avant tout de vendre sa marchandise. Enfin, après le rapport de la Commission royale Aird et nombre de discussions d'un bout à l'autre du pays, M. R. B. Bennett, Premier Ministre conservateur, crée en 1932 la première Société Radio-Canada, organisation d'Etat.

En présentant le bill à la Chambre des Communes, M. Bennett employa des mots qu'il serait utile de rappeler aujourd'hui, au moment où une nouvelle "Ligue de la radio", appelée l'Association canadienne des Radiodiffuseurs et Téléviseurs (CARTB), lancée précisément par les intérêts commerciaux que Radio-Canada avait pour but de contenir, inonde le pays d'une propagande dirigée contre Radio-Canada. A la Chambre des

Communes, le 18 mai 1932, M. Bennett disait donc ceci: "Ce pays doit s'assurer un contrôle entièrement canadien sur la radio de source canadienne, libre de toute ingérence ou de toute influence étrangère." Il émit un principe, étonnant dans la bouche d'un conservateur: "Je ne crois pas qu'un gouvernement, quel qu'il soit, serait justifiable d'abandonner les ondes à l'exploitation privée plutôt que d'en garder la régie afin de les exploiter au profit du peuple." Tel était le haut idéal de Radio-Canada dès sa naissance: sauver de la commercialisation les ondes canadiennes. Le gouvernement assumait une nouvelle fonction: la régie d'un moyen de communication aux masses. La radio, de par sa nature, déborde les frontières tant internationales que provinciales; elle est sujette à des conventions internationales; c'est pourquoi on décida de la confier au fédéral, en prenant soin de prévoir des programmes bilingues et un réseau français afin de satisfaire les besoins bi-culturels de la nation.

La politique de M. Bennett, cependant, ne signifiait pas qu'il n'y aurait aucun poste privé. Elle signifiait que la régie et la direction de Radio-Canada seraient confiées aux représentants du peuple plutôt qu'aux corporations privées, et que le premier devoir de ces représentants serait de répondre aux besoins des Canadiens dans toutes les parties du pays et non seulement dans les centres urbains. Mais elle envisageait l'émission de permis à des postes privés, ceux-ci demeurent évidemment soumis à Radio-Canada et à ses règlements. Bon nombre de personnes au Canada, y compris la Commission Aird elle-même en 1929, voulaient exclure des ondes tout poste privé et toute publicité directe; c'est ce qui se pratiqua en Angleterre jusqu'à la création toute récente, par les Tories, de la télévision commerciale. Mais cette recommandation fut rejetée. On multiplia les postes privés, si bien qu'aujourd'hui leur nombre dépasse de beaucoup celui des postes de Radio-Canada. Les postes privés jouissent-ils d'une grande liberté quant à la publicité commerciale? La réponse à cette question n'est que trop évidente pour tous les auditeurs. Les ondes canadiennes sont saturées de vendeurs qui, pour colporter leur marchandise, interrompent même les meilleurs programmes. Si les projets de l'Association canadienne des Radiodiffuseurs et Téléviseurs (CARTB) se réalisaient, l'abomination actuelle s'aggraverait considérablement. Il est certain que le but de la nouvelle ligue des radiodiffuseurs n'est pas d'améliorer la radio en tant que service public. A moins que tous les Canadiens n'y prennent garde, le matérialisme le plus abject gagnera la bataille des ondes, et la nation canadienne aura perdu le contrôle démocratique sur la radio et la télévision, les deux ins-

truments d'influence et d'émancipation les plus puissants qu'ait créés le génie humain.

Pour que le Canada résiste aux attaques des matérialistes des ondes, il faut que les Canadiens consentent à y mettre le prix. Les bons programmes de radio, et plus encore les bons programmes de télévision, coûtent de l'argent. Radio-Canada assure la majeure partie du revenu des artistes de toutes sortes: elle encourage, de façon concrète, le talent canadien. Sans Radio-Canada, la plupart des artistes de chez nous devraient aller offrir leurs talents aux Etats-Unis. Mais d'où l'argent doit-il venir? L'un des arguments les plus séduisants de l'Association est le suivant: Radio-Canada gaspille l'argent du contribuable alors que les postes privés, se suffisent financièrement à eux-mêmes plutôt que d'être un fardeau pour le fisc. Cet argument est fallacieux: il ne résiste pas à une minute de réflexion, ainsi que nous allons le démontrer.

Comment les postes privés font-ils de l'argent? Par leurs programmes commandités. D'où vient cet argent? Il vient surtout de l'entrepreneur intéressé à vendre sa marchandise, que se soit un savon, une automobile, de la pâte à dents ou de la bière. Cet argent, en définitive, vient de l'acheteur de la marchandise; car il va de soi que le coût de la publicité est inclus dans le prix payé par le client. Ainsi, de toutes façons, le public acheteur paie pour tous les programmes de radio et de télévision. L'acheteur et le contribuable ne sont qu'un seul public; le contribuable, que ce soit selon un système ou selon l'autre, débouse toujours de l'argent. La différence consiste en ceci: quand l'individu verse ses taxes au gouvernement, il obtient beaucoup plus pour son argent car il n'a pas à contribuer aux grands profits empochés par les propriétaires de postes privés. L'argument-argent, tel qu'employé par les défenseurs de la radio privée, ne trompera que ceux qui n'y regardent pas d'assez près. Radio-Canada a établi qu'elle peut produire à moindres frais qu'un poste privé des spectacles équivalents; dans ces conditions, elle évite au consommateur une dépense inutile. Si nous envisageons la question sous l'aspect du coût total à la société, il appert qu'il en coûte moins de payer les programmes par un subside direct de l'Etat que par une répartition du coût chez les consommateurs des marchandises ou des services annoncés sur les ondes.

Radio-Canada a tout d'abord tenté de boucler son budget en comptant principalement sur le coût des permis. On se rendit compte qu'il était trop difficile de recueillir cet argent et que, de plus, la somme ne suffisait pas aux services de plus en plus étendus. C'est pourquoi nous avons aujourd'hui un système

mixte comprenant les revenus du "commercial", des octrois directs d'Ottawa, et enfin le fruit d'une taxe spéciale versée par les acheteurs d'appareils-recepteurs. A mesure que déclinera la vente des nouveaux appareils récepteurs — et elle sera presque nulle une fois le marché saturé — cette taxe spéciale ne signifiera pas grand'chose; il faudra trouver de nouvelles sources de revenus. **Les Canadiens doivent consentir à payer davantage en octrois directs de l'Etat; sans quoi ils céderont aux intérêts privés la régie des ondes.** On annonce qu'une nouvelle Commission Royale examine l'avenir entier de Radio-Canada et que l'on discutera à fond le problème financier. Il faut aujourd'hui aborder cette question avec la même détermination que proclamait en 1932 M. Bennett: sauver de l'exploitation privée les ondes canadiennes.

On discute actuellement d'une autre question, aussi importante que l'aspect financier de Radio-Canada: l'organisation de Radio-Canada en tant que corps administratif. Aujourd'hui Radio-Canada est gouvernée par un groupe de onze citoyens représentant le public. Ces onze gouverneurs sont indépendants, en ce sens qu'ils ne sont pas soumis à un contrôle gouvernemental direct. Ils établissent la politique générale de la Société et, à travers divers départements exécutifs, assurent le fonctionnement des postes de la Société Radio-Canada. Les postes privés n'ont pas de représentant au Bureau des gouverneurs de Radio-Canada — pas plus que les corporations privées n'en ont au Ministère du Commerce, — bien que les uns et les autres reçoivent de l'Etat leurs chartes. Or, l'Association voudrait que l'on crée un second bureau de gouverneurs, avec pouvoir de régir Radio-Canada aussi bien que les postes privés, de façon à "libérer les postes privés de radio et de télévision du joug étouffant qu'ils subissent actuellement", comme disait un ennemi de Radio-Canada. Le but réel de cette astucieuse proposition est de détruire le principe de la régie d'Etat. On ne demande pas d'abolir à tout jamais Radio-Canada, mais on prétend qu'il serait plus **démocratique** de placer sur un pied d'égalité le poste privé et le poste public en les sousmettant l'un et l'autre à un commun organisme supérieur.

Cette requête revient tout simplement à souhaiter que le Canada commercialise davantage les ondes. Elle signifie plus de publicité et plus d'importation de programmes américains, moins de débouchés pour les artistes canadiens et moins de souci du bien commun. La requête s'habille de principes soi-disant démocratiques; mais ce ne sont là que déguisements destinés à ca-

moufler le véritable but. Que les ondes soient sous le contrôle du public, il n'y a là rien d'anti-démocratique. En fait, une telle régie est infiniment plus démocratique, dans une démocratie parlementaire comme le Canada, que l'abandon (de la surveillance) des ondes aux quelque cent Canadiens assez riches pour posséder un poste émetteur de radio ou de télévision. Comme un nouveau corps gouvernemental serait, de même que l'ancien, un corps public, il n'existe aucune raison de modifier le statut actuel — si ce n'est que les postes privés y soient représentés et que, par conséquent, l'idée de l'exploitation des ondes dans un but lucratif passe au premier plan dans l'élaboration de la politique nationale. La Commission Royale Massey, après avoir étudié attentivement cette question, en est venue à la conclusion suivante: un second Bureau de gouverneurs ne saurait que "diviser ou détruire ou tout simplement doubler le système actuel de contrôle national" (Rapport, p. 285). Si la constitution de la Société Radio-Canada doit subir quelque amendement, ce devrait être, ainsi que le recommandait le Rapport, dans le sens suivant: augmenter le nombre de ses membres, et donner à qui s'estime lésé un droit d'appel à une Cour. Créer un nouveau Bureau serait mauvais en principe et désastreux en pratique.

La Province de Québec a tout particulièrement intérêt à maintenir la Société Radio-Canada telle qu'elle fut conçue, c'est-à-dire: un organisme au service du public. Il est impossible d'établir sur une base provinciale le contrôle des ondes, comme certains le souhaiteraient peut-être; et cela, non seulement parce qu'une telle opération exigerait un amendement à l'Acte de l'Amérique Britannique du Nord, mais aussi parce que la diffusion par la radio ou la télévision refuse de demeurer en deça des frontières provinciales. L'invasion des programmes américains dans la Province de Québec prouve abondamment ce point; les enfants d'ici ne sont pas admis dans les cinémas avant l'âge de seize ans, mais ils peuvent s'asseoir dans leur maison et regarder des films américains non soumis au Bureau de la Censure. Aucun pouvoir au Canada ne peut empêcher cet état de choses, à moins que les appareils de télévision, comme la margarine, soient frappés d'illégalité. La sauvegarde la plus sûre de la culture et de la langue française résident dans le développement de la politique et des règlements de Radio-Canada.

Un fait acquis: le réseau français actuel s'étend déjà sur presque tout le Canada et, selon la recommandation du Rapport Massey, on devrait créer un second réseau. Cela coûtera encore beaucoup d'argent. Et nous voici de nouveau devant le problème

financier. Seul une entreprise d'Etat peut donner des émissions françaises aux groupes canadiens-français disséminés dans les autres provinces du Canada. On a peut-être mis beaucoup de temps à installer des postes français dans les prairies; mais, étant donné l'opposition de l'opinion locale majoritaire, les postes français n'auraient peut-être jamais vu le jour si la régie fédérale n'existait pas. Si l'on veut que la culture française se développe davantage au Canada, c'est sur le développement du système actuel de Radio-Canada qu'il faut miser le plus. La commercialisation, par les postes privés, tuerait lentement non seulement la culture française mais aussi la culture anglaise. Pour la première fois dans l'histoire du Canada, des millions de Canadiens anglais ont l'occasion d'entendre du français chaque jour s'ils le veulent. Ce fait sert grandement le bilinguisme. Si nous avons le bon sens de résister à la campagne intense des propriétaires de postes privés, de maintenir le principe qui a engendré Radio-Canada, tout en revisant les structures actuelles, nous serons en mesure de débarrasser la radio et la télévision de quelques-uns des poisons qui corrompent actuellement les ondes. Alors les Canadiens pourront tirer des ondes plus de plaisir, de lumière et de bienfaits.

F.R. SCOTT

Qui veut la fin prend les moyens

Il n'y a de radio et de télévision que **pour** le peuple. Tous deux, et surtout la télévision, mettent en jeu des sommes si importantes qu'ils ne peuvent subsister qu'appuyés sur le **revenu collectif**, et cette richesse n'est disponible que dans la mesure où les **besoins collectifs** sont satisfaits.

Qui détermine les besoins?

L'idéal serait évidemment que ces besoins soient établis **par** le public lui-même. Mais nous savons que les opinions du public sur le sujet, qu'elles s'expriment directement ou par le truchement d'institutions responsables, se résument presque toujours en approbations ou en rejets purs et simples de telle ou telle émission, ou de telle ou telle programmation. Simples manifestations d'intérêt ou de non-intérêt, et non expression de désirs ou de besoins précis et justifiés.

Cela vaut autant pour les petits centres, où les préférences, les accords et les désaccords, s'exprimeront de vive voix, que pour les grands centres, où l'on aura recours, pour les découvrir, aux "ratings" — dont Biondi nous révèle l'influence prépondérante sur la programmation.

Pour que le public exprime ses besoins en matière de radio et de télévision, il faudrait d'abord qu'il les connut. Et pour les connaître, il lui faudrait posséder ce que Jean Pellerin appelle la "syntaxe" du métier, en entrevoir les possibilités. Or justement, à l'heure actuelle, il ne peut pour ainsi dire acquérir cette culture nouvelle, ce sens des dimensions radiophoniques et télévisionniques que d'une façon empirique, à force de voir et d'entendre les émissions qu'on lui propose déjà.

C'est donc au **diffuseur**, au propriétaire ou au gérant du poste de radio ou de télévision, qu'incombe présentement la responsabilité de découvrir ces besoins qu'il doit satisfaire. Dans cette tâche, l'interprétation des réactions populaires ne lui sera que d'un faible secours — et cette interprétation elle-même ne pourra pas ne pas s'inspirer des principes qui le guident et des mobiles qui orientent son action.

Nous voyons d'ores et déjà ce qu'a de spécieux, de fragmentaire, certaine campagne de presse qui reproche à Radio-

Canada d'imposer à son public une culture pré-déterminée. De toute façon, dans tous les cas, tant dans le secteur public que dans le secteur privé, les besoins du public, le contenu culturel des émissions, seront établis d'une façon arbitraire, selon le jugement d'un individu ou d'un groupe restreint d'individus. Cette détermination peut être plus ou moins heureuse, selon le degré de vision et de jugement des diffuseurs. Elle peut être aussi plus ou moins consciente. Est-il nécessaire de souligner que le diffuseur qui n'aurait pas une vision franche et nette des buts qu'il poursuit ne saurait jouer dans la société qu'un rôle néfaste. Prisonnier lui-même de ses réflexes instinctifs, il ne saurait faire autrement que d'égarer son auditoire dans les méandres de sa propre insignifiance.

Heureusement, nos ondes ne sont pas toutes aux mains d'aveugles conducteurs d'aveugles. Il se trouve dans notre pays un nombre appréciable de diffuseurs lucides, capables de juger, dans une bonne mesure, les besoins de leur public, et d'établir des programmations aptes à satisfaire ces besoins.

Ces besoins, comment peuvent-ils les déterminer?

Nos collaborateurs ont déjà établi, en gros, les principales fonctions de la radio et de la télévision: l'information, la récréation, l'éducation. Mais ces catégories abstraites, si elles peuvent guider le dosage des programmations, ne sauraient suffire à les actualiser. Je suis d'accord avec D.-A. Gourd quand il s'élève contre un certain intellectualisme, ce jeu de l'esprit qui consiste pour l'intellectuel à se contempler lui-même, à se complaire en ses propres prouesses analytiques. Les belles considérations abstraites ne produisent pas nécessairement une émission valable. C'est dans le concret, le quotidien, qui s'établit le but spécifique poursuivi par tel ou tel programme.

Nécessité d'une synthèse culturelle

Mais si chaque programme vise un but particulier, et doit être considéré dans sa dynamique propre, il reste que toute programmation, dans son ensemble, peut être évaluée en termes culturels, qu'elle véhicule, qu'on s'en rende compte ou non, un certain nombre d'idées-force. Qu'on le veuille ou non, toute programmation témoigne d'une certaine conception de l'homme, d'une certaine vision du monde, et peut se ramener, en définitive, à une philosophie. Encore une fois, cette philosophie peut être plus ou moins latente, plus ou moins consciente et il importe pour la santé des individus et de la société, que les diffuseurs fassent consciemment leur métier. Tout en respectant la nature

propre de chaque émission, ils doivent sans cesse se référer à une synthèse culturelle.

Culture, c'est un mot qu'on ne prononce pas impunément, sur le continent nord-américain. On se souviendra de la violente campagne de presse qui fut déclenchée aux Etats-Unis, il y a quelques années, contre les intellectuels, les "egg-heads". Parler chez nous de culture, à propos de radio et de télévision, c'est déchaîner automatiquement les sarcasmes d'une certaine presse, dont la ploutocratique **Gazette** est le représentant le plus éminent. C'est trop souvent, il faut bien l'avouer, par la faute des intellectuels eux-mêmes. Etre cultivé, chez nous, c'est, trop souvent, acquérir un certain bagage intellectuel et artistique qui distingue son détenteur du "vulgaire", lui permette d'afficher sa supériorité sur la "masse". Ce snobisme est la négation même de toute culture. Je dirai même qu'il est plus dangereux pour la culture que ne l'est l'ignorance pure et simple. Si la culture est connaissance, et donc respect de l'homme et du monde, il y aura plus de culture chez un paysan primaire et intelligent que chez nombre de dilettantes.

Il faut mépriser singulièrement l'homme du peuple pour ne pas le croire capable d'accéder aux hautes oeuvres de l'esprit humain, et décréter que le grand théâtre, la grande littérature, la grande musique ne sont susceptibles d'intéresser qu'une caste "distinguée". N'est-il pas significatif — et pitoyable — de constater que ceux qui, chez nous, affichent une telle mentalité appartiennent précisément à une certaine bourgoisie qui considère la culture — ou ce qu'elle croit être la culture — comme son apanage exclusif; à cette bourgeoisie qui, en bonne logique, résistera de toutes ses forces à toute mesure destinée à faciliter l'accès des enfants du peuple aux écoles de haut savoir?

Mission de la radio-télévision

J'affirme, comme je le crois, que la mission fondamentale d'une radio, d'une télévision dignes de leurs noms, est justement de faire accéder le plus grand nombre possible d'individus aux plus hautes lumières de l'esprit, c'est-à-dire de les aider à atteindre leur pleine stature. de personnes humaines, et partant, d'enrichir continuellement la substance de la vie sociale.

De ce que le public canadien ne se porte pas massivement, avec un enthousiasme délirant, vers les hautes oeuvres littéraires et artistiques qui lui sont présentées — encore qu'il y vienne de plus en plus, en nombre beaucoup plus grand qu'on ne le croit, (voir plus haut l'article de Robert Elie) — il ne faut pas désespé-

rer de l'y amener. A supposer même qu'une majorité écrasante de spectateurs et d'auditeurs d'âge adulte, y étant peu portés à cause de leur formation première, rejetterait carrément de telles initiatives — tel n'est d'ailleurs pas le cas — il reste l'immense public de l'enfance et de l'adolescence, dont les goûts ne sont pas encore fixés, et qui peut être plus facilement orienté vers le plus humain et le meilleur. D'ailleurs, l'expérience n'en a-t-elle pas déjà été faite? Si, en moins de vingt ans, le public canadien friand de bonne musique, de bonne lecture et de bon théâtre s'est prodigieusement multiplié, n'est-ce pas par l'éducation de toute une jeunesse à qui l'on offrait des concerts, des livres et des spectacles d'une qualité sans précédent?

Il faut présenter aux hommes de l'excellent, en grande quantité: il n'y a pas d'autre moyens de faire d'une "masse" un peuple, et d'une tribu une nation. C'est dans cette optique, la seule valable, qu'il faut envisager la programmation, tant à la radio qu'à la télévision. C'est cette vision dynamique qui doit animer toute émission, qu'elle soit d'information, d'éducation ou de récréation, qu'elle soit destinée, dans l'immédiat, à faire connaître Bela Bartok, ou à vendre des tomates fraîches. Seule une véritable culture permettra au diffuseur de situer chaque sujet dans sa véritable optique, sans jamais se perdre dans le dédale des buts particuliers.

Comment s'effectuera cette jonction entre un haut idéal et la multitude des problèmes concrets que doit résoudre le diffuseur? Comment par exemple donner un contenu culturel valable à un programme de chansonnettes, à une émission commerciale? Robert Elie nous engage dans la bonne voie quand il nous parle des vertus de la **forme**. Je ne puis faire mieux ici que de renvoyer le lecteur à ces pages lumineuses où nous ré-apprenons que la fonction propre de l'esprit est de donner une forme et un sens à toutes choses. Qu'un bulletin de nouvelles soit bien écrit, selon les règles et l'éthique propres du journalisme, qu'il soit bien lu et bien mis en ondes, cela est éminemment valable du point de vue culturel; et de même, qu'une joute de hockey télévisée soit impeccablement présentée, avec un commentaire prcis et intelligent. Il importe, en somme, que toute émission porte la marque distinctive de l'esprit humain, qu'elle se présente sous une forme nette et **voulue**, qu'elle soit, dans son ordre, une création originale.

Les créateurs d'images

Qui dit création dit créateur. Si le diffuseur doit orienter la courbe générale de la programmation, ce n'est pas lui qui crée les programmes, qui leur donne cette âme — cette forme —

dont je parle. C'est lui, cependant, qui choisit les créateurs — réalisateurs et auteurs — et qui leur fournit les moyens de faire leur oeuvre. S'il possède un sens vivant des valeurs, il choisira, selon la définition de Robert Elie, "des hommes qui ont le sens de l'humain, ce qui suppose intelligence, sensibilité, culture et information" ; avec en plus ce "je ne sais quel sens inné de l'adaptation" dont parle Jean Pellerin, et qui est, à mon sens, le don même de l'intuition créatrice.

Comme le dit si bien Elie, le métier viendra par surcroît, "le métier s'apprend". Pour l'apprentissage du métier, je crois beaucoup moins aux vertus des chaires universitaires que suggère Pellerin qu'à celles de l'exercice du métier lui-même, et à l'examen critique des résultats obtenus. L'essentiel, c'est que les créateurs soient véritablement des créateurs, des hommes et des femmes personnels, originaux, et possédant une culture vivante.

Où les prendrons-nous, si ce n'est principalement au sein des quelques millions d'individus qui composent notre groupe ethnique? Or nous savons que ce groupe est culturellement pauvre. D'où il faut conclure que nous aurons les créations que nous appelons dans la mesure où nous hausserons le niveau général de la culture. J'ai dit plus haut que le spectateur et l'auditeur se forment à force de voir et d'entendre, à condition que les spectacles et les auditions s'orientent dans le sens de la personnalisation. Nous voyons maintenant qu'en retour, cette personnalisation du spectateur et de l'auditeur est une condition essentielle de l'enrichissement de la télévision et de la radio. Nous tournons en un vaste cercle, ce cercle que l'on retrouve infailliblement dès que l'on touche, en un domaine ou en un autre, le problème du progrès humain. Fort heureusement, dans le domaine qui nous occupe, ce cercle n'est pas un cercle vicieux, puisque nous possédons déjà suffisamment de créateurs pour présenter une programmation qui se compare favorablement, tout le monde le reconnaît, à celles des autres pays.

Conditions de la création

A quelles conditions les créateurs actuels et potentiels pourront-ils s'acquitter de leur tâche? Puisqu'il s'agit de création, ces conditions se résument en une seule, indispensable à tout travail de création: la liberté. Liberté financière, abondance suffisante de moyens matériels et techniques. Cela implique, nous le savons, à la télévision en particulier, la mise en branle de capitaux considérables. Mais pour essentielle qu'elles soient, ces exigences matérielles n'occupent pas le premier plan. Si grandes

que soient les sommes dépensées à la réalisation de la radio et de la télévision canadiennes, elles sont minimes, comparées aux budgets colossaux mobilisés du côté américain. Et cependant, je reste d'accord avec Robert Elie quand il affirme qu'un certain nombre de programmes canadiens dépassent en valeur, chacun dans son domaine propre, ce qui se fait aux Etas-Unis.

La liberté capitale sera donc liberté d'expression, d'invention, d'expérimentation, aux mains de créateurs responsables et compétents. Je dis liberté, et non anarchie. La liberté de création n'est pas incompatible avec toute forme de contrôle, et les génies créateurs eux-mêmes doivent faire leur oeuvre à l'intérieur de certaines limites imposées du dehors. Mais on voudrait que le contrôle, qu'il émane, soit de la critique, soit des supérieurs administratifs, s'exerce selon les critères le plus élevés possibles, ceux d'un humanisme intégral, adulte; qu'il soit exigeant, certes, car il s'agit sans cesse de tendre au meilleur, et encore au meilleur — mais qu'il soit également compréhensif, et tienne compte, chaque fois qu'il y a lieu de le faire, de la perfectibilité du créateur et de son oeuvre.

Notons cependant que le diffuseur, dans son travail de contrôle, n'a pas toujours la tâche facile. Il est soumis, lui aussi, à un contrôle rigide: le contrôle social. Quelle que soit la valeur intrinsèque d'une oeuvre, il arrive qu'elle heurte les idées reçues dans la société, qu'elle enfreigne des tabous obscurs. Je ne parle évidemment pas ici d'oeuvres fausses, dissolvantes, mais de ces oeuvres — parmi les plus valables — qui éclairent d'une lumière aiguë, franche, d'authentiques problèmes humains ou sociaux. Il n'est pas rare, nous le savons, que de telles oeuvres se voient opposer par le public une fin de non-recevoir.

Sachons d'abord que ce problème n'est pas particulier au Canada français, et qu'il serait absurde de le réduire purement et simplement en termes de "cléricalisme" et de jansénisme. Paddy Chayefsky, l'auteur de "Marty" et d'une demi-douzaine de téléthéâtres qui le placent à l'avant-garde de la production contemporaine, constate le même phénomène aux Etas-Unis: "You cannot write about adultery, abortion, the social values of our times, or almost anything that relates to adult reality."(1) En fait, ce phénomène semble plus marqué chez nos voisins que chez nous: nous tâcherons, plus loin, de savoir pourquoi. Retenons seulement ceci; quand la radio et la télévision tranchent dans le

---

(1) Paddy Chayefsky, "Television Plays by Paddy Chayefsky" (Simon & Schuster, New York, 1955) — in *The Quarterly*, Vol. X, No. 1, automne 1955.

vif des problèmes humains et sociaux, c'est, en définitive son propre mal que l'homme du public voit ainsi mis à nu, et il en ressent un malaise bien explicable.

Bon gré, mal gré, et plutôt bon gré que mal gré, les responsables de la radio et de la télévision, qu'ils soient le télédiffuseur ou le créateur, doivent accepter comme un fait cette résistance sociale. Une programmation qui n'en tiendrait pas compte, et qui s'appliquerait systématiquement à heurter le public n'arriverait qu'à le durcir dans ses mécanismes de défense, et le choc en retour réduirait fatalement le créateur au silence. Mais d'une prudence authentique à une peur maladive, qui enfermerait toute la production dans le plus plat conformisme, il existe une bonne marge. La radio et la télévision ne peuvent se refuser à présenter, selon un dosage qu'une expérience courageusement menée peut seule déterminer, des oeuvres dont on saura d'avance qu'elles heurteront les infantilismes collectifs, si ces oeuvres sont susceptibles de faire avancer le public vers cet univers d'adultes dont parle Chayefsky.

Secteur public et secteur privé

Ainsi donc, si la liberté, climat essentiel à toute création valable, doit nécessairement rencontrer, et accepter, des limites de tous genres, il importe au plus haut point que ces limites se situent le plus loin et le plus haut possible. C'est de ce point de vue que nous examinerons maintenant les deux secteurs de la radio et de la télévision où s'exerce chez nous cette activité créatrice: le secteur public et le secteur privé.

Constatons tout d'abord qu'ils se ressemblent tous deux en ceci qu'ils sont partagés, chacun pour soi, entre des préoccupations d'ordre culturel et d'ordre commercial. Nous n'avons même pas à nous demander dans laquelle de ces deux zones il existe le plus de liberté. C'est, de toute évidence, dans le cadre des préoccupations culturelles. Et Ferdinand Biondi nous en livre les raisons: "Dans la radio comerciale, dit-il, il faut (...) tenir compte des idées soumises par les commanditaires (ce sont eux qui paient) dont le seul but, en présentant un programme radiophonique, est de trouver une formule agréable pour faire absorber aux auditeurs une certaine quantité massive de messages commerciaux. Il lui importe peu, à ce commanditaire, de collaborer au relèvement du niveau intellectuel ou artistique des auditeurs."

Or nous savons déjà que le secteur public, de par son mandat, doit mettre l'accent fort sur le culturel, alors que le secteur

privé est condamné, en vertu même de se structure, à faire du profit sa recherche primordiale. C'est donc dans le secteur public qu'on trouvera le plus de liberté.

Liberté matérielle, car c'est dans le secteur public que les moyens techniques auront chance d'être le plus abondants. Biondi nous rappelle que Radio-Canada, "en plus de profiter de substantielles allocations provenant de relevés de taxes, bénéficie de revenus imposants provenant de la vente de certains programmes, sans compter les profits de la vente de lignes de réseau aux postes privés". N'étant pas soumis à l'impératif du profit, le secteur public peut se permettre des déboursés plus considérables.

Pour les mêmes raisons, Radio-Canada est en mesure d'offrir aux créateurs, de façon générale, une rémunération plus élevée. Mentionnons par exemple que dans le cas des auteurs dramatiques, le seul contrat collectif de travail existant a été signé à la télévision, avec Radio-Canada, et qu'il accorde, fait sans précédent dans l'histoire de la T.S.F. canadienne, la parité de traitement entre les auteurs le langue française, à Montréal, et ceux de langue anglaise, à Toronto. A la radio, le secteur public semble disposé à négocier un contrat semblable. On voit donc que grâce à Radio-Canada, la concurrence entre les deux secteurs joue à la hausse, en faveur des créateurs. En plus d'assurer à ceux-ci une plus grande sécurité matérielle, ce qui facilite grandement le travail de création, les traitements supérieurs offerts par Radio-Canada justifient l'établissement de barèmes qualificatifs beaucoup plus élevés, ce qui joue, évidemment, en faveur du public.

C'est également ce secteur qui facilite le plus la liberté d'invention et d'expérimentation, et ceci dans la mesure où les créateurs ne sont pas soumis aux exigences des commanditaires. Ces derniers, en effet, n'ont aucun intérêt à financer des expériences nouvelles, à faciliter l'exploration des possibles, l'élargissement du registre d'expression de nos ondes. Il leur faut du tout fait, du rodé, du rentable. C'est pourquoi les émissions commerciales tournent le plus souvent en rond dans les ondres d'un certain nombre de formules, et respirent une atmosphère viciée, sans vie. Quand un commanditaire adopte une idée nouvelle, c'est habituellement celle d'hier, après que Radio-Canada l'a mise à l'épreuve à ses frais. Pour nous en convaincre, rappelons-nous l'époque, pas si lointaine, où la publicité commerciale régnait en maîtresse incontestée de la radio: ce pêle-mêle d'improvisations plus ou moins heureuses entrecoupées de messages commerciaux. Avec l'avènement de Radio-Canada, la radio a vraiment

commencé de prendre forme, elle a présenté régulièrement en quantité, des émissions vraiment construites, équilibrées, où la langue trouvait une certaine syntaxe, une certaine netteté. A ce palier également, la concurrence qu'offre Radio-Canada joue en faveur du public.

Pour une programmation adulte

Et que dire de la liberté d'expression qui, nous l'avons vu, est une condition essentielle de notre maturation spirituelle? Sous ce rapport, nous ne pourrions invoquer d'autorité plus établie que celle de Paddy Chayefsky. Pour expliquer la rigidité des tabous qui confrontent aux Etats-Unis l'auteur dramatique — rigidité beaucoup plus grave outre-frontière que chez nous: témoin l'inévitable, et presque toujours décevant, **happy ending** des productions dramatiques américaines — Chayefsky nous dit ceci: **"Television is essentially an advertising and not an entertainment medium. The advertising agencies are interested only in selling their clients' products, and they de not want dramas that will disturb potential customers."** Seules, une radio et une télévision qui ne sont pas "essentiellement" des média publicitaires, peuvent se permettrre de passer outre, quand il le faut, aux résistances injustifiables. Seules elles peuvent se permettre d'affronter, à l'occasion, les refus infantiles d'une partie de leur auditoire, et proposer, à leur public plus évolué — qui n'est pas toujours le plus "instruit" — une nourriture plus substantielle, plus adulte.

Sous quelque aspect qu'on les cherche, les chances de la liberté créatrice, et donc, d'une tendance au mieux, dans la programmation, sont immanquablement meilleures dans le secteur public, et l'on peut dire qu'en gros, la concurrence qu'offre ce secteur au secteur privé joue toujours en faveur du public.

Sous cet aspect du moins, la concurrence n'est pas injuste, comme le croient les représentants du secteur privé.

Concurrence injuste?

La concurrence serait-elle injuste de quelque autre façon? Grâce aux subventions qu'elle reçoit du gouvernement, grâce au fait qu'elle régit l'ensemble de la diffusion canadienne, tout en exploitant ses propres postes de radio, la Société Radio-Canada occupe une situation prédominante, elle détient la part du lion. S'agit-il d'une usurpation, d'un abus de pouvoir? Des droits se trouvent-ils lésés? La Société Radio-Canada est-elle —

ce qui serait injustifiable — à la fois juge et partie dans une répartition de pouvoirs entre égaux?

Gérard Pelletier nous a bien fait voir le pouvoir nouveau, d'autant plus colossal qu'il est plus subtil, que représente l'irruption dans notre vie de la télévision. Il nous a fait voir le spectateur captif, fasciné par les images qui se meuvent sur l'écran. Voici la société entière livrée à quelques créateurs d'images; et d'autant plus sûrement qu'elle est atteinte à sa base même, dans l'intimité du foyer, dont l'atmosphère se trouve du coup modifiée — et modifiée en profondeur, dans l'esprit de chacun de ses membres, au plus sensible. Voici que dans la zone de l'imagination se crée tout un monde, le monde, tant physique que psychologique. C'est tout un univers mental qui s'édifie, c'est le tissu mental qui se dilate, se transforme, se conforme aux images qui s'offrent à lui.

"Défi sans précédent à la culture," nous dit Pelletier. Selon le contenu ou la vacuité, la forme ou l'informe des images qui s'offrent à nous, nous pouvons verser sur la pente des autoritarismes de toutes nuances — autoritarismes plus totalitaires que tous ceux qui les ont précédés — ou sur celle, non moins dangereuse, de l'évasion pure et simple, de la dispersion, de la décrépitude, du gaspillage irréparable non seulement de notre temps, mais de notre substance psychique elle-même, qui est dans l'homme ce qui le fait homme. Ou bien nous pouvons, en conquérant, en investissant le monde de l'imaginaire, en l'habitant de plus en plus consciemment, nous personnaliser, franchir individuellement, et faire franchir à la race humaine un pas gigantesque vers le plus humain, vers le sur-humain.

Ce risque démesuré que nous courons, pour le meilleur ou pour le pire, ce défi global, qui doit le relever? Chacun de nous, et nous tous ensemble. Ou, à notre défaut, nos représentants légitimes, ceux-là mêmes que nous avons librement chargés de veiller au bien commun — et quel bien est plus commun que la culture?

On agite devant nous, comme un épouvantail, la silhouette, qu'on rend monstrueuse à souhait, de l'Etat. Nous ne nous faisons pas d'illusions sur les vertus magiques qu'attribuèrent à leur invention les initiateurs de nos Etats démocratiques. Nous savons bien que la véritable démocratie est toujours en avant, au delà des gaucheries structurelles, des grincements fonctionnels et des erreurs de jugement de nos parlements. Mais tout imparfaite qu'elle soit, notre démocratie n'en est pas moins la forme la plus évoluée, la plus humaine de gouvernement que nous connaissions, et jamais nous ne voudrions en changer.

Malgré ses travers et ses défaillances, nous lui gardons notre confiance, quitte à corriger au besoin, par des organismes indépendants, les tendances totalitaires qu'elle manifeste parfois. Les Commissions gouvernementales, indépendantes du Parlement quant à leur régie interne, sont du nombre des meilleurs instruments que nous ayons encore trouvés pour renforcer nos sauvegardes démocratiques. Telle la Société Radio-Canada, que nous avons chargée de veiller au bien commun culturel, dans le domaine de la radio et de la télévision, et d'utiliser à cette fin le trésor commun.

Grandeurs et misères de Radio-Canada

S'est-elle montrée à la hauteur de la tâche que nous lui avons confiée? Je renvoie ici le lecteur aux articles de Jean Pellerin, de Ferdinand Biondi et de Robert Elie, qui nous dressent un bilan assez complet des grandeurs et des misères de notre radio et de notre télévision nationales.

Il est vrai que Radio-Canada, en tant que diffuseur ne poursuit pas pleinement le haut idéal que nous lui avons assigné; que, par exemple, dans le domaine des émissions proprement culturelles, on nous propose trop souvent, faute d'imagination, de sensibilité, de métier au sens où nous l'entendions plus haut, une matière terne, d'un académisme asséchant, indigeste. Cependant, il faudrait être de mauvaise foi pour ne pas se rendre compte d'une tendance continuelle à la hausse, d'un nombre grandissant de programmes excellents par leur contenu, vivants par leur forme.

Radio-Canada est aussi malheureusement soumise, pour une part, à des préoccupations commerciales. C'est ainsi que nous avons à déplorer la présence, sur nos ondes nationales, d'un nombre imposant de radio-savons. Notons cependant qu'un effort considérable a été fait pour valoriser le genre, et que nous devons à Radio-Canada, dans ce domaine. des oeuvres qui ne méritent pas les termes péjoratifs qu'on applique habituellement à ce type d'émission. Notons surtout que Radio-Canada ne diffuse d'émissions commerciales qu'à son corps défendant. Les généreuses subventions gouvernementales dont parle Biondi ne sont pas, et de loin, à la mesure des responsabilités que nous confions à la Société et des exigences que nous avons à son endroit. Je reviendrai plus loin sur ce sujet.

Passons à la question de la régie. Nous avons précédemment établi qu'en raison du défi sans précédent à la culture que propose la télévision, après la radio, de la vaste "redis-

tribution des pouvoirs" dont parle Gérard Pelletier, nous ne saurions confier leurs destinés globales qu'à un organisme responsable. Les diffuseurs privés peuvent-ils prétendre à ce titre? Si plusieurs d'entre eux manifestent personnellement un véritable souci de culture, il n'en reste pas moins que toute leur activité est soumise à la loi du profit; que ce profit leur vient de la commandite commerciale ,et que les commanditaires "ne sont pas intéressés au relèvement culturel de la nation".

C'est précisément pour cette raison, comme nous le rappelle F.R. Scott, pour briser la règle du nivellement par le bas qu'imposent à la diffusion les impératifs commerciaux, que le gouvernement Bennett créait, en 1932, la Société Radio-Canada, et la chargeait d'une double tâche: régir, dans le sens du bien commun, les ondes canadiennes; élever, par la diffusion directe, le niveau de la production canadienne.

Les droits du commerce

Radio-Canada fait-elle aux postes privés une concurrence injuste? Assurément non: la Société occupe de plein droit les fonctions qu'elle assume. Qu'elle reconnaisse la liberté du commerce, qu'elle concède des longueurs d'onde et des lignes de réseau pour faciliter les échanges commerciaux et activer notre vie économique, il ne s'ensuit pas que les droits du commerce, légitimes en soi, dans leur ordre, puissent s'ériger en droits primordiaux. Il ne s'ensuit même pas qu'ils puissent s'établir sur un plan d'égalité avec les droits qu'implique la responsabilité du bien commun culturel. Nous voyons donc que cette "commission indépendante" que l'on préconise, et qui inclurait, pour fins de régie, des représentants du secteur privé de diffusion, n'aboutirait en fin de compte qu'à une perte d'indépendance. Les diffuseurs privés ne pourraient qu'y rechercher avant tout l'objet même de leurs préoccupations avouées: leur propre profit.

Notre collaborateur D.-A. Gourd nous laisse supposer que Radio-Canada ne s'acquitterait pas adéquatement de son rôle de régisseur. Je dis bien qu'il nous le laisse supposer: il ne procède pas par voie d'accusations, ni même d'affirmations catégoriques; mais plutôt par voie d'implications. "Examen de conscience", dit-il — mais de la conscience de qui? Si je comprends bien ce qu'il semble vouloir dire, de façon très indirecte, la régie actuelle n'aurait pas "la connaissance vécue des besoins et des circonstances pratiques des parties composantes, qu'elles soient provinciales, régionales ou locales". A titre de diffuseur local et régional, il serait mieux placé que quiconque

pour en juger, et nous ne possédons aucun moyen de vérifier ses avancés.

Prenons donc pour acquises les graves lacunes que D.-A. Gourd semble reprocher à la régie actuelle. Justifieraient-elles un changement de régime, dans le sens que nous indiquions ci-haut? Une telle idée ne résiste pas à un examen tant soit peu sérieux. Ce que les lacunes de la régie actuelle justifient cependant, ce que réclame d'urgence la bonne opération d'un service public aussi vital que celui-ci, c'est le contrôle de l'opinion éclairée, l'exercice d'une critique compétente, libre, objective, qui analyse scrupuleusement les fautes, administratives ou autres, du régime actuel, et formule des exigences précises. Qui mieux que le praticien cultivé, à quelque niveau qu'il se trouve, peut formuler ces exigences? C'est pourquoi nous ne saurions trop déplorer que les propos de D.-A. Gourd ne soient pas plus explicites, plus nets, plus incisifs, et ne veuillent même pas **avoir l'air** d'une critique.

Nécessité, donc, d'une critique serrée, exigeante, des opérations de Radio-Canada, tant dans son rôle de régisseur que dans son rôle de diffuseur. Mais cette critique, quand elle s'applique à la programmation de la Société, ne doit jamais perdre de vue le non-sens dans lequel nous avons jusqu'ici placé la Société. Nous lui avons confié le mandat de promouvoir la vie culturelle de la nation, nous exigeons d'elle que sa programmation tout entière s'inspire d'un humanisme intégral — et cependant, nous ne lui fournissons pas les moyens qu'implique la satisfaction de nos exigeances, de nos besoins. Nous lui accordons des octrois insuffisants, et nous la forçons de recourir, pour financer ses opérations, à la vente d'émissions commerciales. Les commanditaires de Radio-Canada, comme tous les commanditaires, se préoccupent avant tout de vendre leurs produits. Il serait injuste et ridicule de les en blâmer, comme de blâmer Radio-Canada des compromis auxquels nous l'acculons, et dont certains veulent tirer prétexte pour la discréditer dans l'opinion publique.

Où va la confiance du public?

Le public ne s'y laisse d'ailleurs pas prendre. L'opinion publique accréditée accorde aujourd'hui à Radio-Canada une confiance aussi grande qu'autrefois. Il ne faut pas confondre les opinions d'une certaine presse, organe reconnu de la haute finance, avec l'opinion publique. Personne ne prend **The Gazette** pour *la* voix des aspirations culturelles populaires. Par opinion publique accréditée, j'entends celle d'organismes démocratiques

et indépendants, dont la politique émane de résolutions venues de la base ,discutées et adoptées au cours d'assises plénières, représentatives des plus vastes couches populaires. Le mouvement ouvrier est certainement, dans un pays fortement industrialisé comme le nôtre, la voix la plus largement autorisée de toutes, puisqu'elle reflète l'opinion de plus de la moitié de la population. Or, tant au Congrès des Travailleurs Canadiens qu'à la Confédération des Travailleurs Catholiques du Canada, (1) l'opinion appuie sans équivoque le maintien du régime actuel, et l'intensification, par Radio-Canada, de ses activités éducatives.

N'est-il pas étrange que ce soient les travailleurs — supposément indifférents, voire hostiles, à la culture — qui manifestent chez nous le plus d'attachement aux valeurs culturelles; alors que les esprits forts, les polémistes distingués d'une certaine presse tournent ces mêmes valeurs en dérision?

Il reste que le peuple canadien, s'il ressent et exprime un désir d'enrichissement culturel, ne semble pas encore avoir pris conscience des responsabilités qu'implique ce désir. Nous l'avons vu, nos représentants aux Communes n'ont pas encore consenti à libérer définitivement Radio-Canada des servitudes de la publicité commerciale. S'ils ne le font pas, c'est, apparemment, qu'ils craignent les réactions populaires à un régime de subvention totale, qui se traduirait nécessairement par un accroissement d'impôts.

Coût de la diffusion indépendante.

Dans son mémoire à la Commission Fowler, la Société Radio-Canada déclare que "sans l'appui des ressources commerciales, un service national réduit au minimum et qui reste acceptable pour le public canadien, avec le rayonnement actuel, coûterait au moins $30. annuellement par foyer-télévision, et au moins $35. si Radio-Canada devait compter uniquement sur ses propres postes". L'octroi est actuellement de $15. par foyer.

Dans les mêmes conditions, l'expansion du service national de télévision et le maintien du service radiophonique à son niveau actuel exigeraient un octroi additionnel d'environ $5. par foyer-télévision, et de $4. par foyer-radio.

Comme on le voit, le coût d'un système complet de diffusion publique est considérable. Les diffuseurs privés ne manquent pas de le souligner, et tentent d'allécher le public en

---

(1) Cf. mémoires de ces deux mouvements à la commission Fowler.

affirmant que la diffusion privée ne coûte **rien** au contribuable. F.R. Scott nous a démontré ce qu'une telle affirmation a de fallacieux. Les sommes mises en oeuvre par la radio et la télévision commerciales, tout comme pour le secteur public, proviennent du revenu collectif. De toute façon, c'est le peuple canadien qui en fait les frais, soit indirectement, en payant pour les produits des commanditaires, **qui incluent leurs frais de publicité dans leurs prix de vente,** soit directement, par le truchement, des impôts. Tout le problème est donc de savoir si nous voulons prendre sciemment nos responsabilités financières, ou les assumer à notre issu. Mais rappelons-nous qu'il nous en coûtera moins cher de prendre carrément nos responsabilités, "Radio-Canada ayant établi qu'elle peut produire à moindres frais qu'un poste privé des specacles équivalents".

Prise de conscience

Il serait donc à souhaiter que le peuple canadien — et tout particulièrement le peuple canadien-français, pour des raisons d'ordre culturel que F.R. Scott expose nettement — prenne conscience de ses responsabilités vis-à-vis de lui-même, et fournisse à Radio-Canada des moyens correspondants à l'idéal qu'il lui enjoint de poursuivre. Telles devraient être, dans un peuple conscient, les conclusions que tirerait une Commission d'enquête des divers mémoires à lui soumis.

Mais si les conclusions étaient autres, ou si de telles conclusions nos représentants au Parlement ne croyaient pas pouvoir tirer une application pratique intégrale; si en un mot, l'on ne croyait pas le peuple canadien assez mûr pour endosser matériellement le coût de ses propres exigences?

S'appuyant sur des prémisses on ne peut mieux fondées, à savoir qu'il faut libérer Radio-Canada des préoccupations commerciales, les diffuseurs privés réclament qu'on leur réserve le commercial, permettant ainsi à Radio-Canada de se consacrer exclusivement au culturel. Si les citoyens canadiens n'étaient pas prêts à porter directement, consciemment, le coût d'une telle décision, et préféraient payer plus cher, mais à leur insu, une part des frais, il faudrait évidemment conclure que Radio-Canada garde le droit, et même qu'elle a le devoir, en vertu de son mandat, de pouvoir à nos besoins en puisant largement aux sources de revenu commercial, et que ce faisant, elle ne lèse d'aucune façon, ni directement, ni indirectement, les droits primordiaux des citoyens. Dans le cas qui nous occupe, c'est la décision contraire qui serait néfaste à ces droits. En réduisant le budget, et donc le champ d'action de Radio-Canada,

elle ferait passer le plus clair de notre radio et de notre télévision aux mains des commerçants.

Mais l'idéal reste que nous fassions, le plus tôt possible, le pas en avant qui s'impose, qu'un public éclairé consente à prendre en mains, financièrement parlant, ses destinées culturelles.

Ceci ne constituerait évidemment que le premier palier de notre prise de conscience devant la radio et la télévision. Pour nous guider vers les sommets culturels que nous avons entr'aperçus, notre radio et notre télévision nationales ont besoin de la collaboration de tous et chacun de nous, d'un public de plus en plus éclairé, de plus en plus adulte, de plus en plus exigeant, par suite d'une personnalisation de plus en plus poussée de chacun des citoyens. Radio-Canada constitue en elle-même un puissant agent de cette maturation personnelle et communautaire. Mais pour suffire à cette tâche, elle doit pouvoir compter dans l'immédiat, sur le concours d'une critique intelligente et libre; à plus longue échéance, sur celui des hommes de culture qui, loin d'envisager radio et télévision comme des amusettes ou des concurrents qu'il faut fuir comme la peste, entreprendraient cet effort de pensée que demande Gérard Pelletier, de sorte que "l'esprit humain" s'installerait au coeur des moyens modernes de diffusion "déjà et comme en permanence".

Notre radio et notre télévision travailleront d'autant plus **pour** le peuple qu'elles seront davantage **du** peuple et opéreront davantage **par** le peuple.

Réginald BOISVERT

Deux documents:

Conclusions de la semaine sociale de Nancy

On trouvera ici les Conclusions d'une étude des techniques de diffusion entreprise à Nancy, en 1955, par les Semaines sociales de France. Ces assises, qui réunissaient un nombre imposant de spécialistes et de sociologues éminents de France et de 18 autres pays, énonçaient, entre autres voeux, le suivant:

Pour la Radio-Télévision, l'établissement d'un office public qui assure l'indépendance de ses dirigeants à l'égard du gouvernement, et qui leur permette d'accomplir, en dehors des servitudes de la publicité privée, les tâches d'information, de distraction et de diffusion de la culture qui leur sont propres.

Ces dispositions, toutefois, demeureront insuffisamment efficaces si elles ne sont pas accompagnées d'une formation active de ses agents divers, mais plus encore de ses divers publics. Un éveil d'une attitude active et critique, commencé dès l'enfance par la famille, l'école et les mouvements de jeunesse, doit être poursuivi (...) dans les télé-clubs, dont les tâches et l'encadrement demandent des organisations et des centres culturels spécialisés.

Ainsi se dégagera peu à peu une opinion formée et susceptible d'agir favorablement sur l'établissement des programmes, la production et la distribution, pour que les techniques de diffusion servent à la fois d'épanouissement des personnes et l'union des hommes.

Il y a là pour les chrétiens, dans leurs situations diverses, un champ d'action nouveau et aussi un puissant moyen d'apostolat.

On voit donc que ces représentants éminents de la pensée sociale ne conçoivent pas de meilleure solution pratique au problème de la diffusion, que la création d'un organisme comme Radio-Canada (qu'ils en sont encore à souhaiter), et la formation intensive du public.

Deux réseaux privés étranglent la télévision américaine

Washington, 29 avril.— Les deux plus grands réseaux de télévision de la nation, le *Columbia Broadcasting System* et la *National Broadcasting Company*, ont été accusés aujourd'hui de tenir l'industrie tout entière dans une "prise de l'étrangleur" économique.

L'accusation a été porte par le sénateur John Bricker, Républicain de l'Ohio, qui a insisté une fois de plus pour que le Congrès agisse immédiatement et place les réseaux sous une régie fédérale directe.

A l'heure actuelle, la Commission fédérale des Communications n'accorde pas de permis aux réseaux comme tels, mais elle émet des permis à des postes individuels, y compris ceux qui sont affiliés à des réseaux.

Le sénateur Bricker, qui n'aime pas, d'habitude, recommander l'intervention fédérale dans quelque domaine que ce soit, a dit qu'à moins que les réseaux ne soient soumis à une régie gouvernementale, plusieurs petits postes de télévision actuellement existants seraient condamnés à la faillite.

"Le signe de piastre obstrue la vue des réseaux et des gros postes au point que leurs actions constituent une violation de la confiance publique," a-t-il déclaré. "Les ondes appartiennent au peuple, mais on les a transformées en une poigne à gros sous."

Citant des statistiques de la Commission fédérale des Communications, qui, dit-il, sont restées "confidentielles jusqu'à présent", le sénateur a déclaré que le *CBS* et la *NBC* ont tous deux fait de gros profits en 1954 alors que leurs compétiteurs, les réseaux *Dumont* et *American Broadcasting Company*, ont enregistré des déficits.

Les chiffres pour 1954 indiquent que le *CBS* et la *NBC*, avec les huit postes qu'ils possèdent en exclusivité, ont accumulé un revenu net, avant déduction des impôts, de $41,413,902. Ceci représente environ 46 pour cent du revenu net de l'industrie tout entière, y compris les quatre réseaux et les 410 postes.

En une seule année, a dit le sénateur Bricker, les deux réseaux se sont remboursés de 99 pour cent de leur investissement net avoué.

(New York Times Service).

Deux flèches (de tout bois...):

Humainement parlant...

Le sort en est jeté: la société vient de tuer un homme. Wilbert Coffin vient d'expirer sur l'échafaud. La presse catholique nous aide à former notre jugement.

> "...Humainement parlant, on peut croire avec certitude que l'assuré était coupable du meurtre de M. R. Lindsey. Voilà pourquoi les ultimes recours en grâce furent refusés.
>
> *Il était important qu'il en fut ainsi.* La victime étant un touriste américain... les autorités ne pouvaient *sans motifs graves,* commuer la sentence de mort en un emprisonnement à vie. *La publicité touristique en eut ressenti de regrettables répercussions...*"

Devant ces hautes considérations morales, bien humblement, nous nous inclinons. Mais c'est pour vomir.

Réginald MARTEL
(fév. 1956)

L'Action catholique de Notre temps

Jacques Hébert revient de Pologne, disant tout haut ce qu'il a vu. Vaste concert de protestations. Le nom du voyageur, semble-t-il, zigzague et voltige de haut-lieu en haut-lieu, des chancelleries communiquent, les zouaves de l'écritoire sont alertés, c'est un branle-bas du diable, tous les cocos de processions se mettent à s'exciter, l'éreintement commence, tout le monde gueule ensemble comme une tribu énervée par le sorcier!

Le comique de l'histoire, c'est que la généralité de ceux qui n'ont pas vu pourfendent le seul qui ait vu en démontrant qu'il n'a pas vu!

Nos lumignons inspirés ont particulièrement brillé cette fois-là. Malheureusement, Jacques Hébert a pris la peine de répondre à cette troupe gueulante de mitaines qui par temps calme se contentent de sussurer dans les parloirs. C'est beaucoup d'honneur de la part d'un homme qui a sillonné le globe.

L'intervention des pensionnés de la bonne presse conclut à un bien curieux principe de vérité: il faut dire ce que l'on n'a pas vu et taire ce qu'on a vu! Evidemment, le mieux est encore de ne rien voir et de parler quand même: c'est l'espérance que donne tout bon journal à sa naissance; et le journal *VRAI*, en dépit de son titre, fut, pendant un temps, à cet égard, l'espoir de nos jaunisses.

Pour plus d'intelligence des choses de ce monde, je souhaite que la tonitruante séquelle d'imbéciles missionnés qui ont pris part à cette kermesse fassent silence: sans doute entendrons-nous alors des voix raisonnables, y compris celle de Jacques Hébert, exprimer l'angoisse que le monde communiste, malgré ses réalisations immenses, inspire à tout homme qui s'interroge sur un avenir apparemment voué à l'étatisme totalitaire —— ou à la Bête, pour reprendre l'expression de Simone Weil.

P. V.

CITÉ LIBRE

DIRECTEURS:

Pierre-E. TRUDEAU — Gérard PELLETIER

SECRÉTAIRE DE LA RÉDACTION:

Pauline LAMY

Abonnement: 4 numéros, $2.00.

C.P. 10 - Station Delorimier.

Montréal (34) — P.Q., Canada.

2